

GUILLEM IZQUIERDO GRAU, LD, MDE., Doctorando, Departamento Derecho Privado. UAB

LOS DEBERES DE INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL TRAS LA REFORMA DEL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS.

Resumen: Análisis de los cambios introducidos por la Ley 3/2014 respecto de los deberes de información precontractual en la contratación con consumidores (B2C). Esta ley obedece a la necesidad de transponer la Directiva 2011/83/UE, que, en virtud del principio de armonización máxima, pretende uniformar las legislaciones de derecho de consumo de los Estados miembros de la UE. La Unión, de acuerdo con las competencias que le atribuyen los artículos 114 y 169 TFUE, ha incrementado la protección de los consumidores en materia de los deberes de información precontractual, toda vez que la transposición de las Directivas 85/557/CEE y 97/7/CE sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles y contratos celebrados a distancia, respectivamente, dio lugar a una disparidad de legislaciones en los Estados miembros que mermó la confianza de los consumidores y empresarios en las operaciones transfronterizas.

Abstract: This article aims to analyze the changes introduced by Law 3/2014 referring to the pre-contractual information duties in B2C contracts. This law reflects the need to transpose Directive 2011/83/EU that under the principle of maximum harmonization to standardize the laws of consumer law of the Member States of the EU. The EU, in accordance with the powers conferred by Articles 114 and 169 TFEU, has increased the protection of consumers in respect of pre-contractual information duties, since the transposition of Directives 85/557/EEC and 97/7/EC on contracts negotiated away from business locations and distance contracts respectively, resulted in a disparity of legislation in EU-Member States which undermined the confidence of consumers and businesses in cross-border operations.

Sumario:

1. Los deberes precontractuales de información.
Configuración doctrinal.
2. Antecedentes y sentido de la reforma.
 - I. Los deberes precontractuales de información en la contratación con consumidores.
 1. El contenido de los deberes precontractuales de información tras la reforma de TRLGDCU.
 2. El deber de informar sobre el derecho de desistimiento.
 - II. Los deberes de información precontractual en los contratos celebrados a distancia.
 1. Consideraciones generales.
 2. Contenido de la información.
 3. Forma de proporcionar la información.
 4. Consecuencias de la inobservancia de la forma escrita.
- Bibliografía

1. LOS DEBERES PRECONTRACTUALES DE INFORMACIÓN. CONFIGURACIÓN DOCTRINAL.

Cuando la relación contractual se encuentra en la fase de los tratos preliminares, es decir, en la etapa precontractual, es evidente que las dos partes contratantes no se encuentran en una plena situación de igualdad, sino que en la mayoría de los casos una de las partes tiene más información que la adversa respecto de los términos, del objeto del contrato y sus prescripciones técnicas, de las cláusulas y los demás extremos del mismo que están negociando. Esta desigualdad de las partes en la fase precontractual en el siglo XXI se ha acentuado, sobre todo por la liberalización y generalización de la contratación electrónica a través de internet, que ha expuesto al consumidor medio a nuevas fórmulas de contratación a distancia que pueden menoscabar sus derechos¹. Consecuencia de esto ha sido que el consumidor se tenga que enfrentar cada vez más a un tráfico de servicios y mercancías más complejo que requiere de la actuación de los poderes públicos para asegurar la efectiva realización de aquellos.

¹ GÓMEZ CALLE, E., *Los deberes precontractuales de información*, La Ley, Madrid, 1994, p. 13. Ya en la obra de Gómez Calle de 1994 se ponía de manifiesto el cambio que se estaba produciendo en el ámbito de las nuevas tecnologías de la comunicación e información. Hay que apuntar que transcurrida la primera década del siglo XXI la complejidad del comercio a distancia ha aumentado y se evidencia la necesidad que el legislador proporcione instrumentos al consumidor que le permitan reaccionar frente los abusos que pueden conllevar las nuevas tecnologías de la comunicación. En el mismo sentido, *vid.* SANZ VIOLA, A. M^a., “Contratación electrónica”, en AC, tomo 2, 2001, p. 1–3. También *Vid.* PÉREZ GARCÍA, P. A., *La información en la contratación privada*, Ministerio de Sanidad y Consumo, Instituto Nacional de Consumo, 1990, p. 69-73. LASARTE ÁLVAREZ, C., *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, Dykinson, Madrid, 2003, p. 11-12. El autor apunta que los medios que las normas tradicionales –Código Civil, Código de Comercio y la LEC- ponen al alcance del consumidor se han manifestado insuficientes de cara a abordar las transformaciones que ha llevado consigo el siglo XXI en el ámbito del consumo. REYES LÓPEZ, M^a. J., “La protección de los derechos de los consumidores y usuarios”, en REYES LÓPEZ, M^a. J. (Coord.), *Derecho Privado de Consumo*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2004, p. 22-24.

Este nuevo contexto de contratación con consumidores va camino de invertir la regla-excepción² en lo que respeta al principio de que cada parte contratante tiene el deber de informarse debidamente y suficientemente antes de otorgar su consentimiento para la conclusión del contrato. Tradicionalmente se ha venido afirmando por la doctrina que el derecho de obligaciones y el Código Civil español fueron concebidos en el seno de una ideología liberal. Esto significaba que las partes contratantes se encontraban en una situación de plena igualdad de derechos y capacidad ante las negociaciones que entablaban entre las mismas. Precisamente, porque las partes son iguales a la hora de contratar, se presumía que el contrato concluido era la mejor garantía de que los intereses de las partes habían quedado adecuadamente regulados en el contrato suscrito entre las mismas. Consecuencia lógica de esta afirmación es que ante esta concepción liberal del derecho contractual no se impusiesen deberes de información generales a las partes salvo de los escasos supuestos tipificados en el Código Civil (deberes de información típicos) como por ejemplo las acciones por vicios ocultos o del saneamiento por evicción de los artículos 1.478 y 1.486 CC, toda vez que en base a una concepción liberal del derecho de obligaciones se consideraban una intromisión ilegítima en el libre desarrollo de la autonomía privada de las partes. En definitiva, se consideraba que nadie estaba en mejor lugar que las partes para tutelar sus propios intereses, y, por lo tanto, las partes mismas son los mejores árbitros

² GÓMEZ CALLE, E., *Los deberes...*, *op.cit.* p. 14. Considero interesante la reflexión de la autora porque pone de manifiesto la quiebra del modelo tradicional basado en la absoluta autoterminación de las partes. Los cambios en las condiciones negociadoras entre los contratantes que se viene produciendo desde las vísperas del siglo XXI, donde el consumidor en la mayoría de los casos se encuentra en una situación de inferioridad respecto del empresario o empleador, hacen que el Estado deba proteger a la parte contractual más “débil” para conseguir la efectiva equiparación en derecho y libertades contractuales. Sobre el distinto perfil de los contratantes en las negociaciones, *Vid.* CHINCILLA IMBETT, C. A., “El deber de información contractual y sus límites”, en RDP, nº 21, 2011, p. 330–332. *Vid.* SANTOS MORÓN, M^a. J., “Información precontractual, forma y prueba del contrato”, en BOTANA GARCÍA, G., y RUIZ MUÑOZ, M. (coords.), *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, Mc Graw Hill, Madrid, 1999, p. 135 y ss.

de sus intereses³.

Por supuesto que cada parte tiene que “auto informarse” y asesorarse sobre los términos del contrato que vaya a celebrar, pero lo que aquí se apunta es que ante una generalización y una estandarización de la contratación electrónica en todos los sectores como la que se está imponiendo hoy en día, debe de dotarse al principio de buena fe contractual de un contenido más amplio, y desligarlo de los clásicos cánones dirigidos a evitar conductas insidiosas y actos malintencionados, para incluir en él una idea de cooperación entre las partes y libre transmisión de información entre las mismas, con el fin de asegurar que el consentimiento de las partes sea lo más informado y meditado posible.

Por esta razón se afirma que se ha alterado la regla de carácter liberal que partía del principio de igualdad de las partes, para hacer una revisión ideológica en el campo del derecho jurídico-patrimonial. Prueba de ello es que en la última década efectivamente se ha reconocido un “derecho fundamental” de información a los consumidores que ha sido incorporado en numerosas directivas de la Unión Europea y en leyes estatales⁴, cuyo objeto último no es

³ MAZA GAZMURI, I de la., *Los límites del deber precontractual de información*, Madrid, 2009, p. 141-146. También *Vid.* GETE ALONSO, M^a DEL C., “La autonomía privada”, en PUIG I FERRIOL, LL. GIL RODRÍGUEZ, J. HUALDE SÁNCHEZ, J. J., *Manual de Derecho Civil. II. Derecho de obligaciones. Responsabilidad civil. Teoría general del contrato*, 3^a ed, Marcial Pons, Madrid, 2000, p. 534-536.

⁴ BOTANA GARCÍA, G. A., “Comentario al nuevo texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias”, en *PDD*, nº 70, 2009, p. 3-6. Hay que destacar el incremento de disposiciones legislativas que se ha producido en los últimos años con la entrada en vigor del Texto Refundido de la Ley General para de Defensa de Consumidores y usuarios y otras leyes complementarias (Ley 1/2007) que establecen un abanico de derechos informativos para los consumidores tanto durante las negociaciones previas a la perfección del contrato como durante su desarrollo. A ellas hay que añadirse numerosas directivas de la Unión Europea que también han incidido notablemente en el comercio con consumidores, estableciendo derechos de información precontractuales además del novedoso derecho de desistimiento. *Vid.* Directiva 2011/83/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo,

otro que la consagración de la necesidad de agrandar aún más el margen de protección del consumidor en lo que se refiere a la libre manifestación de su voluntad y de su consentimiento en el seno de la etapa precontractual o preliminar, así como de dotarlo de mecanismos que le permitan denunciar o desvincularse de aquel contrato que haya sido concluido bajo estos defectos o vicios de la voluntad.

Tampoco se puede pasar por alto el papel que juegan los poderes públicos y las asociaciones de consumidores y usuarios, junto con el poder de difusión de los medios informativos. Claramente estos entes también contribuyen a que se consigan los fines que se han expuesto anteriormente, pero no hay duda alguna que para intentar asegurar la igualdad de las partes contratantes, los profesionales y los empresarios son los que se postulan como los sujetos a los que la ley les reserva un papel más destacado. El artículo 169 del TFUE proclama la necesidad de “*promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección [...] así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses.*”⁵ La Constitución española de 1978 define en su artículo primero al Estado español como *un Estado social y democrático de Derecho*, y en su artículo 51 CE contiene un mandato de protección al consumidor que constituye el fundamento legal que ampara a los deberes de información precontractual e impone a la parte contractual que se encuentra en una posición de superioridad el deber de informar sobre las características de las prestaciones, servicios o bienes que se quieren contratar, además de otras informaciones no menos destacables⁶.

de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores (La Ley 21601/2011), en concreto, artículos 5 y 6.

⁵ *Vid.* Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (La Ley 6/1957).

⁶ *Vid.* Constitución española de 1978 (La Ley 2500/1978). ARIAS POU, M., “Deber de información previa en la contratación electrónica por internet”, en *DLL*, nº 6688, 2007, p. 1-4. En el mismo sentido, *Vid.* REYES LÓPEZ, M. J., *Manual de Derecho Privado de consumo*, La Ley, Madrid, 2009. *Vid.* BERCOVITZ RODRÍGUEZ – CANO, A., “La protección de los consumidores, la Constitución española y el Derecho mercantil”, en BERCOVITZ RODRÍGUEZ – CANO, A., y BER-

2. ANTECEDENTES Y SENTIDO DE LA REFORMA.

La reforma del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (La Ley 11922/2007) por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (La Ley 4574/2014) ha introducido en nuestra regulación especial novedades que no son de menor importancia y que tienen su fundamento en la disparidad de legislaciones a que dio lugar la transposición de las Directivas 85/557/CEE (La Ley 3105/1985) y 97/7/CE (La Ley 5365/1993) sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles y contratos celebrados a distancia, respectivamente.

El proceso de revisión de las Directivas comunitarias en materia de derecho de los consumidores y usuarios empezó en el año 2005 por la Comisión europea y culminó en el año 2011 con la Directiva 2011/83/UE de 25 de octubre, sobre los derechos de los consumidores –en adelante DDC⁷–.

Las Directivas 85/557/CEE y 97/7/CE⁸ se basaban en el principio de armonización mínima, que era la técnica hasta entonces mayoritariamente usada para transponer las Directivas comunitarias en los ordenamientos de los Es-

tados miembros. Precisamente la técnica de la armonización mínima dio lugar a transposiciones dispares de las Directivas hasta entonces en vigor en los ordenamientos de los Estados y, por consiguiente, no se alcanzó el objetivo de uniformar el derecho de consumo en todos los Estados miembros⁹. Además, la Comisión europea detectó que la falta de uniformidad del mercado interior en esta materia afectaba a la confianza de los consumidores y agentes en las operaciones transfronterizas porque, si bien las operaciones a distancia estaban aumentando se reducían a operaciones interiores de los Estados miembros, mientras que las operaciones transfronterizas eran más bien limitadas.

COVITZ RODRÍGUEZ – CANO, R., *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Tecnos, Madrid, 1987, p. 24–30.

⁷ [La Ley 21601/2011].

⁸ Vid. TWIGG-FLESNER, C., “La Directiva sobre derechos de los consumidores en el contexto del derecho de consumo de la Unión Europea”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores. Más allá de la Directiva sobre derechos de los consumidores y del instrumento opcional sobre un derecho europeo de la compraventa de octubre de 2011*, Aranzadi, Pamplona, 2012, p. 85–87. Importante es la reflexión de este autor sobre el fracasado intento del legislador europeo de uniformar el derecho de consumo con algunas de las Directivas antes mencionadas. Para comprobar el efecto de la técnica de la armonización mínima de las Directivas, la Comisión puso en marcha lo que se denominó *Acquis Review* para estudiar el impacto que habían tenido las Directivas promulgadas en materia de consumo sobre el mercado interior. El estudio puso en evidencia el fracaso de la técnica de la armonización mínima porque aunque el propósito del legislador era la uniformización de los derechos de consumo de los Estados miembros, aún había notables diferencias entre los mismos debido a que los legisladores nacionales aún tenían margen de maniobra para legislar sobre las materias objeto de regulación de las Directivas.

⁹ Vid. PRATS ALBENTOSA, L., “La información precontractual como deber del oferente y derecho del consumidor (según la Directiva de los Derechos de los consumidores 2011/83)”, en *El Notario del Siglo XXI*, nº 56, 2014, p. 23 – 27. Se hace referencia a los costes económicos que comportaba la falta de uniformidad del derecho de consumo en el seno de la UE. La falta de confianza de los consumidores y empresarios a la hora de realizar operaciones transfronterizas se cuantificó en 2010 en 26.000 millones de euros/año. Siendo esta cifra revisada al alza en 2013. Sin duda alguna se trata de un coste insoportable que atenta además contra el fin principal de la UE, conseguir un potente mercado interior con la eliminación de las barreras jurídicas y económicas existentes entre los Estados miembros. Los Considerandos 1 a 7 de la Directiva 2011/83/UE ponen de relieve la necesidad de conseguir una armonización plena del derecho de consumo para reforzar las compraventas de productos, bienes y servicios transfronterizos. Se desprende de los Considerandos citados la preocupación del Ejecutivo comunitario para aprovechar el potencial creciente de las contrataciones a distancia, en especial a través de internet que su potencial está en desarrollo y es destacable.

Vistos los resultados que habían dado la transposición de las Directivas 85/557/CEE y 97/7/CE, la DDC consagra en su artículo 4 el principio de armonización máxima. En virtud del mismo *“Los Estados miembros no mantendrán o introducirán, en su legislación nacional, disposiciones contrarias a las fijadas en la presente Directiva, en particular disposiciones más o menos estrictas para garantizar un diferente nivel de protección de los consumidores, salvo disposición en contrario de la presente Directiva.”*¹⁰

El precepto establece un nivel de armonización inédito hasta el momento que la Comisión de la UE no había usado hasta esta Directiva. El principio de armonización máxima de la DDC significa que no se está ante una norma que establezca unos parámetros mínimos que tienen que ser objeto de regulación por parte de los Estados miembros, sino que lo que pretende establecer es una normativa común para todos los Estados en materia de derechos de los consumidores. Así, los Estados no pueden transponer la Directiva proponiendo una regulación más beneficiosa ni más perjudicial para los consumidores.

No obstante, los oferentes sí pueden hacerlo según se contempla en el artículo 3.6 de la Directiva¹¹: *“La presente Directiva no impedirá a los comerciantes ofrecer a los consumidores condiciones contractuales que garanticen mayor protección que la otorgada por la presente Directiva.”* De modo que la tutela puede realizarse a través del contrato.

¹⁰ Vid. Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo [La Ley 21601/2011].

¹¹ MIRANDA SERRANO, L. M.ª., “La Directiva 2011/83/UE, sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación para Europa de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles”, en *RDCD*, nº 11, Madrid, 2012, p. 3–4. Sobre el nivel de armonización plena, Vid. MARÍN LÓPEZ, M. J., “La Directiva 2011/83/UE: esquema general, ámbito de aplicación, nivel de armonización y papel de los Estados miembros”, en *RCC*, nº 1, 2012, p. 17–19.

Sin embargo, no han faltado críticas por parte de la doctrina¹² a que este propósito de máxima armonización y uniformización del derecho de consumo en el seno de la UE se fundamente básicamente en el temor del consumidor frente a las legislaciones de terceros Estados miembros. De los propios considerandos de la DDC se desprende que una regulación no armonizada produce serios perjuicios, tanto para las empresas como para los consumidores. Por lo que se refiere a las empresas y comerciantes, el considerando quinto justifica la armonización con base en *“El potencial transfronterizo de los contratos negociados fuera de los establecimientos mercantiles (venta directa) se ve limitado por diversos factores, entre los que figuran las diferentes normas nacionales de protección de los consumidores impuestas a las empresas.”*

En el mismo sentido, el considerando sexto alude a obstáculos que se encuentran en el mercado interior que aumentan los costes de transacción de los bienes y servicios. En lo que concierne a los consumidores, la DDC defiende que la armonización es favorable también para proteger los intereses de los consumidores, porque la superación de las distintas legislaciones nacionales contribuirá a disipar las dudas sobre el desconocimiento de los derechos nacionales de los Estados miembros.

Cabe destacar que el propósito de la armonización máxima ya estaba presente en el Libro verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea de 2 de octubre de 2001¹³. En la exposición de motivos de la Propuesta de 2008 se establecía que: *“la propuesta se aleja del enfoque de armonización mínima de las cuatro Directivas [objeto de revisión] (que permite a los Estados miembros mantener o adoptar normas nacionales más estrictas que*

¹² TWIGG-FLESNER, C., “La Directiva sobre derechos de los consumidores ...” *op.cit.*, p. 82–84. El autor esgrime que aparte de la confianza de los consumidores en las legislaciones de los países extranjeros, hay otros factores más relevantes que son determinantes a la hora de contratar como por ejemplo *“las barreras lingüísticas u otras dificultades de carácter práctico (v. gr. transporte, resolución de conflictos).”*

¹³ Vid. Libro verde sobre protección de los consumidores en la Unión Europea de 2 de octubre de 2001.

las establecidas en la Directiva) para adoptar un enfoque de armonización plena (que prohíbe a los Estados miembros mantener o adoptar disposiciones divergentes de las establecidas en la Directiva)”¹⁴

Por otro lado, algunos autores¹⁵ afirman que la armonización en materia de consumo puede llevar consigo una disminución del nivel de protección de los consumidores y usuarios y, en algunos casos, para los comerciantes. De hecho, este va a ser el caso del Ordenamiento español porque en algunas materias era más proteccionista que la DDC. Por ejemplo, el antiguo artículo 76 TRLGDCU establecía un plazo de 30 días para que el empresario devolviera las sumas de dinero percibidas por el bien en caso de que el consumidor ejercitara su derecho de desistimiento, mientras que en el nuevo artículo 76 TRLGDCU este plazo se rebaja hasta los 14 días naturales.

I. LOS DEBERES PRECONTRACTUALES DE INFORMACIÓN EN LA CONTRATACIÓN ENTRE PRESENTES.-

1. El contenido de los deberes precontractuales de información tras la reforma del TRLGDCU.-

Los deberes de información precontractuales que se contienen en el artículo 60 TRLGDCU, reformado recientemente por la Ley 3/2014, de 27 de marzo, que ha venido a aumentar el contenido de los deberes de información con la finalidad primordial de fundamentar mejor el consentimiento del consumidor antes de contratar el bien o servicio deseado. Todo ello de conformidad

¹⁴ MIRANDA SERRANO, L. M., “La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores...”, *op.cit.*, p. 2 a 4. EBERS, M., “De la armonización mínima a la armonización plena. La propuesta de Directiva sobre los derechos de los consumidores”, en *Indret*, nº 2, 2010, p. 12 y ss. MARÍN LÓPEZ, M. J., “La Directiva 2011/83/UE: esquema general, ámbito de aplicación, nivel de armonización y papel de los Estados miembros”, en *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, nº 1, 2010, p. 15 Y SS. CARBALLO FIDALGO, M., “Las cláusulas contractuales no negociadas ante la Propuesta de Directiva sobre derechos de los consumidores”, en *Indret*, nº 1, 2010, pássim.

con lo dispuesto en la DDC, en tanto que mediante tal Ley se transpone la DDC al Derecho español.

La doctrina señala el artículo 60.1 TRLGDCU como el precepto marco de los deberes de información precontractual en sede del TRLGDCU. El nuevo precepto dice así: “Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato u oferta correspondiente, el empresario deberá facilitarle de forma clara y comprensible, salvo que resulte manifiesta por el contexto, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre las condiciones jurídicas y económicas”¹⁶

¹⁶ Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011, p. 494. El autor hace una reflexión interesante acerca de la conjugación de estas “cláusulas abiertas” en virtud de las cuales el empresario puede determinar qué información considera relevante a efectos del contrato y la lista cerrada que incorpora el artículo 60.2 TRLGDCU. Según este autor, “aunque todo sistema de listas o elencos de requisitos informativos presenta conocidas ventajas e inconvenientes [...] su complemento con los otros dos elementos, esto es, una cláusula general y una remisión normativa, dota al art. 60 TR de la suficiente flexibilidad para su aplicación a cualesquiera contratos de consumo”. Vid. MAZA GAZMURI, I DE LA, *Los límites del deber...*, *op.cit.*, p. 202–207. En contraposición a la conjugación simultánea de las dos técnicas, el autor se pregunta si el suministro de toda la información al consumidor que prevé el artículo 60 TRLGDCU puede llevar consigo problemas de racionalidad imperfecta o lo que es lo mismo, una sobrecarga de información. Esto necesariamente se tiene que poner en relación con los contratos de viajes combinados, cuyos contenidos tienen que incorporar las informaciones contempladas en el artículo 154 TRLGDCU. REYES LÓPEZ también apunta a la idea de la racionalidad imperfecta de la información transmitida al consumidor. Vid. REYES LÓPEZ, M. J.,^a *Manual de derecho...*, *op.cit.*, p. 161-164. En lo que se refiere a la existencia de listados de información que se deben proporcionar al consumidor como el que contiene el artículo 154 TRLGDCU, DE LA MAZA afirma que por muy completos que sean estos listados “lo cierto es que el legislador nunca logra encapsular en ellos toda la información relevante [...] que un consumidor puede necesitar para tomar su decisión de contratar.” Esto se refleja en la letra k) del artículo 152 TRLGDCU que actúa como una cláusula de cierre del conjunto de información a suministrar cuando el propio artículo deja abierta la posibilidad de suministrar “Toda información adicional y adecuada sobre las características del viaje ofertado.” Sobre las características de la información transmitida al consumidor y la redacción de las

Hay que advertir que únicamente se cumple con el mandato del artículo 60 TRLGDCU cuando la información es suministrada según la forma que el artículo exige, ésta es clara, comprensible y adaptada a las circunstancias. Sin embargo, la Ley 3/2014 introduce la salvedad de que la información clara y comprensible sea proporcionada por el contexto. Se trata de una previsión que no se contemplaba en la redacción originaria del TRLGDCU, por lo que la doctrina y los tribunales tendrán que determinar en qué casos las circunstancias han contribuido a facilitar suficientemente la información al consumidor. Se adapta así el precepto al artículo 5.1 de la DDC.

Se trata en síntesis de una oferta contractual aunque no se utilice esta expresión ya que la información que el empresario tiene que transmitir al consumidor contiene todos los extremos necesarios y más para recabar decisivamente el interés del consumidor¹⁷.

A continuación se desarrollan los distintos bloques informativos del artículo 60 TRLGDCU.

1.1. Información relativa al empresario u oferente.-

La letra a) del antiguo artículo 60.2 TRLGDCU exige al empresario que informe al consumidor sobre el *“Nombre, razón social y domicilio completo del responsable de la oferta contractual y, en su caso, el nombre, razón social y la dirección completa del comerciante por cuya cuenta actúa.”*

cláusulas puede verse VEIGA COPO, A. B., “El deber de concreción, claridad y sencillez en la redacción de clausurados de contratos de seguro”, en *DLA*, nº 6286, 2005.

¹⁷ Vid. BOTANA GARCÍA, G. A., “Comentarios al nuevo texto refundido...”, *op.cit.*, p. 5. Además la autora apunta que el texto refundido no contiene un plazo de validez para la información precontractual, cosa que a su parecer hubiera sido interesante. Para colmar esta laguna puede optarse por la solución del artículo 1.128 CC que determina que cuando para el cumplimiento de las obligaciones no se hubiera señalado un plazo lo fijarán los Tribunales. También Vid. LASARTE ÁLVAREZ, C., *Manual sobre protección...*, *op.cit.*, p. 106. De las palabras del autor se desprende que el empresario debe de poseer todo la información del producto o servicio des del momento que lo introduce en el mercado, dada la consideración de esta conducta como oferta contractual.

Con la modificación del artículo 60 TRLGDCU por la Ley 3/2014 se ha incluido el deber de informar sobre *“datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.”*¹⁸ Ciertamente, puede que con la aprobación de la Ley 3/2014 se hayan satisfecho las críticas de la doctrina¹⁹ en este sentido y se hayan desvanecido las dudas interpretativas de las características del empresario. Lo que resulta evidente contrastando los dos preceptos es que con la nueva regulación el consumidor puede tener acceso a más información sobre el empresario.

1.2. Información relativa a las características esenciales o relevantes del bien o servicio.-

Sobre este punto, el TRLGDCU parece incorporar según la doctrina un doble mandato. En primer lugar, como he afirmado anteriormente, el TRLGDCU obliga a informar sobre los extremos relevantes del contrato. En segundo lugar, puede interpretarse que hay una cláusula abierta porque es el empresario quien debe ponderar qué información puede ser considerada relevante a efectos de formar racionalmente el consentimiento del consumidor, siempre y cuando tal información no esté contemplada ya de antemano dentro del listado del artículo 60.2 TRLGDCU.

¹⁸ MENDOZA LOSANA, A. I., “Información precontractual en la Directiva 2011/83: novedades, exigencias y carencias”, en *RCC*, nº1, 2012, p. 23 – 27. La autora pone de manifiesto que no se ha aprovechado la ocasión por integrar también en la DDC otras exigencias de los consumidores referidas a la contratación a distancia cuando el medio principal de comunicación con el empresario sea por vía telefónica. Se trata de una demanda de los consumidores que ha sido atendida tímidamente por el legislador comunitario porque el artículo 21 dice que *“Los Estados miembros velarán por que, en caso de que el comerciante opere una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el consumidor -cuando se comunique con el comerciante- no esté obligado a pagar más de la tarifa básica.”* También el considerando 36 de la Directiva 2011/83/UE indica que el comerciante puede proporcionar otro medio informativo alternativo como un número de teléfono gratuito para que el consumidor tenga un acceso fácil y directo a la información que solicite.

¹⁸ Vid. STJUE de 16 de octubre de 2008 [La Ley 142465/2008].

¹⁹ Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU...”, *op.cit.*, p. 495–496.

Además, para determinar qué datos pueden revestir el carácter de relevantes, el propio artículo 60 TRLGDCU hace una doble remisión; una interna y otra externa. Como se ha dicho anteriormente, una de las finalidades del artículo 60 TRLGDCU es limitar la discrecionalidad de los empresarios o prestadores de servicios a la hora de determinar qué información deben dar por tener el carácter de relevante. Es por esta razón que el artículo 60 TRLGDCU hace una remisión en primer lugar a otros preceptos del mismo TRLGDCU, como por ejemplo los artículos 18 y 20 TRLGDCU. En segundo lugar, se dice que el TRLGDCU hace una remisión externa porque se remite a otras “normas que resulten de aplicación”²⁰. Esta remisión a otras normas pueden conducir a la aplicación de una normativa sectorial en materia de consumidores, por ejemplo el Real Decreto 515/1989²¹, de 21 de abril, sobre protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas [La Ley 1261/1989] cuyo artículo 13 obliga al promotor o constructor a entregar al comprador “una documentación completa suscrita por el vendedor, en la que se defina, en planta a escala, la vivienda y el trazado de todas sus instalaciones, así como los materiales em-

²⁰ Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU...”, *op.cit.*, p. 496–498. Con la remisión a otros cuerpos normativos se abre un gran campo de normas que pueden ser comunitarias, estatales o autonómicas que podrían ser de aplicación. Por ejemplo, el Reglamento (275/2007) sobre el etiquetado de carne de vacuno. Dentro de la normativa estatal española, destaca sobre todo el aumento de las disposiciones referentes a la contratación bancaria que imponen en su articulado deberes de información contractual. Puede mencionarse a la Ley 26/1988, de 29 de julio sobre disciplina e intervención de las entidades de crédito o la Circular del Banco de España 8/1990 de 7 de septiembre de entidades de crédito, entre otras. A nivel autonómico pueden destacarse los estatutos del consumidor aprobados por las Comunidades Autónomas o Códigos de Consumo como el catalán [Ley 22/2010, de 20 de julio].

²¹ Vid. Real Decreto Legislativo 515/1989 [La Ley 1261/1989]. Sobre el derecho a la información en la compraventa y arrendamiento de viviendas, Vid. PICATOSTE BOBILLO, J., “Derechos y garantías de los consumidores en la compraventa de vivienda”, en AZPARREN LUCAS, A. (Dir.), *Hacia un código del consumidor*, Consejo General del Poder Judicial, Madrid, 2006, p. 521–540.

pleados en su construcción, en especial aquellos a los que el usuario no tenga acceso directo.”

En lo que se refiere a las características esenciales del bien o servicio, la Ley 3/2014 ha incorporado las previsiones de la DDC y el apartado a) del artículo 60.2 TRLGDCU obliga explícitamente a informar sobre “*Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios.*”

1.3. Información relativa a las condiciones económicas del contrato.- El artículo 60.2.c) TRLGDCU se refiere al suministro de información económica del empresario al consumidor, desglosándola básicamente entre tres apartados. En primer lugar, el artículo mencionado establece que se tiene que poner en conocimiento del consumidor el “*precio total, incluidos todos los impuestos y tasas.*”

Con esta previsión se quiere poner fin a prácticas engañosas que se llevaban a cabo anteriormente cuando sólo se informaba al consumidor sobre el precio bruto del bien o servicio contratado, sin que se hiciera mención a otros conceptos que podían aumentar el montante económico final como tasas, recargos o impuestos. CÁMARA LAPUENTE es tajante a la hora de afirmar que “*Todas las partidas que el consumidor finalmente haya de satisfacer por el bien o servicio, se consideren o no sensu stricto parte del precio de la contraprestación, deben ser desglosadas en la información precontractual.*”²²

En segundo lugar, el TRLGDCU obliga a informar al consumidor sobre los impuestos incluidos en la operación. Son unánimes los pronunciamientos doctrinales que abogan por considerar que tales impuestos son tantos los directos (como pueden ser el IBI o el impuesto de vehículos) como los indirectos (IVA).

En tercer lugar, el desglose de incrementos o descuentos, gastos repercutidos al consumidor y gastos adicionales por servicios accesorios, financiación

²² Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU...”, *op.cit.*, p. 499.

u otras condiciones de pago. Puede decirse que dentro de las partidas mencionadas pueden ubicarse conceptos muy diversos que pueden repercutir potencialmente en el precio final de la compra del bien o servicio. La Ley 3/2014 incorpora los gastos generados por la utilización de técnicas de contratación a distancia, los gastos repercutidos al consumidor relativos al transporte, entrega o postales de la mercancía que se pretende contratar²³. De esta forma se ciñe al empresario a informar sobre cada uno de los conceptos que el TRLGDCU menciona y se limita su posible discrecionalidad a la hora de mencionar determinados gastos repercutidos.

Otro de los conceptos que el TRLGDCU obliga a informar al consumidor es sobre el presupuesto. No obstante el TRLGDCU obliga a informar sobre ello no en todo caso, sino cuando debido a la naturaleza de los bienes o servicios el precio no pueda calcularse razonablemente de antemano. Este precepto tiene que conectarse necesariamente con el párrafo segundo del artículo 20.1.c) TRLGDCU que establece que *“En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio.”*

El precepto parece que hace una clara alusión a informar sobre el presupuesto cuando el precio final no pueda ser determinable sólo con el precio final, es decir, que sean de aplicación tasas o recargos que aumenten el montante final. Como consecuencia de las exigencias del artículo 20.1.c) TRLGDCU según el cual el presupuesto se tiene que poner a disposición del consumidor

²³ Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU...,” *op.cit.*, p. 500. Conviene hacer aquí una precisión acerca del carácter abusivo que pueden tener ciertas conductas vinculadas a las condiciones económicas del contrato. Concretamente, los artículos 89.3, 4 y 5 establecen que son abusivas las cláusulas que impongan al consumidor los gastos de documentación y tramitación que por ley correspondan al empresario; la imposición al consumidor de los bienes o servicios complementarios o accesorios a los solicitados y los incrementos de precio por servicios accesorios, financiación, emplazamientos, recargos, indemnización o penalizaciones que no correspondan a prestaciones adicionales susceptibles de ser aceptados o rechazados en cada caso expresados con la debida claridad o separación.

sólo cuando el precio final no es determinable, se plantea la duda de si es necesario informar del presupuesto en todo caso o no²⁴.

1.4. Información relativa a las condiciones jurídicas del contrato.-

El artículo 60.1 TRLGDCU establece que el empresario debe proporcionar información al consumidor sobre las *“condiciones jurídicas”* del contrato. Especialmente aquí importa la información sobre las condiciones particulares de la contratación que no son objeto de una negociación individual.

Además, el artículo 60.2 TRLGDCU concreta algunas de las exigencias del primer apartado del artículo. El apartado d) del artículo mencionado establece que el empresario debe informar sobre la *“los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio”*. La importancia de la fecha

²⁴ Vid. ALVARGONZÁLEZ TERRERO, C., “Obligaciones formales en los contratos de consumo”, en LEÓN ARCE, A. de., y GARCÍA GARCÍA, L. M^a., *Derechos de los consumidores y usuario. Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios*, 2^a ed, Tirant lo Blanch, Valencia, 2007, p. 251-252. Vid. ORTI VALLEJO, A., “Comentario al artículo 13 LGDCU”, en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. y SALAS HERNÁNDEZ, J., (coords.), Civitas, Madrid, 1992, p. 414. La doctrina ha ido determinando en qué casos es necesaria la proporción del presupuesto y en cuáles no. Según ALVARGONZÁLEZ, *“De acuerdo con lo dispuesto en la LGDCU y en la legislación que la desarrolló, y conforme la interpretación general de los Tribunales, el presupuesto previo será exigible en todos los supuestos de contratos de obra y arrendamiento de servicios en los que no existan tarifas fijas, a disposición del consumidor, para la determinación el precio o, aun existiendo éstas a disposición del cliente, el consumidor medio no pueda fácilmente determinarlo.”* A las mismas conclusiones llega ORTI VALLEJO que considera que el presupuesto sólo tiene que ser puesto a disposición del consumidor en los contratos de servicios. El mismo autor plantea que a falta de una reglamentación sectorial puede establecerse la necesidad de suministrar el presupuesto en función de si existen unas tarifas para determinar el coste del servicio. En caso afirmativo, no sería necesario informar sobre el presupuesto porque el consumidor ya tiene conocimiento del posible coste que puede tener el servicio, aunque puede ser exigible si aun existiendo unas tarifas, éstas requieran de algún cálculo por el consumidor. En caso de no haber unas tarifas asociadas al servicio siempre se tiene que proporcionar el presupuesto. Vid. MACÍAS CASTILLO, A., “Comentario al artículo 13 LGDCU”, en LLAMAS POMBO, E. (Coord.), *Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios. Comentarios y Jurisprudencia de la Ley veinte años después*, La Ley, Madrid, 2005, p. 513-514.

del contrato es importante a la hora de establecer un término a partir del cual se entienda que hay un incumplimiento contractual por parte del empresario que faculte al consumidor para resolver el contrato²⁵.

No obstante, lo afirmado en el párrafo anterior puede colisionar con lo establecido en algunas de las legislaciones sectoriales aplicables en relaciones entre prestadores de servicios y consumidores. Por ejemplo, el artículo 22.3.b) de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio²⁶ establece que la información sobre la “fecha de entrega, ejecución del contrato y duración” tiene el carácter de complementaria y sólo se pondrá a disposición del consumidor si éste lo pide. CÁMARA LAPUENTE argumenta que “Esta norma, especial y posterior, puede suponer, no obstante, una rebaja del mínimo de protección de los consumidores dispensada en el art. 60.2.c (y 20.2.d) TR-LGDCU, por lo que, en aplicación de la cautela contenida en el art. 59.2 TR en relación con la regulación sectorial y del principio de norma más beneficiosa [...], podría, en supuestos concretos, ceder ante el más favorable contenido de los arts. 60 y 20 TR para el consumidor.”²⁷

²⁵ Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU...,” *op.cit.*, p. 505. Es importante mencionar que el propio TRLGDCU establece un plazo de tiempo especial cuando estamos frente de una contratación a distancia. El artículo 109 TRLGDCU establece que el empresario deberá ejecutar el pedido en el plazo máximo de 30 días naturales a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor haya prestado su consentimiento para contratar. Sobre la importancia del establecimiento de un plazo esencial o no en el contrato, *vid.* SAP de Pontevedra de 14 de diciembre de 2012. [La Ley 219598/2012]. La Sentencia versa sobre un contrato de compraventa de finca inmobiliaria que previó una eventual resolución del contrato frente una demora de la inmobiliaria en el plazo de entrega de la finca. *Vid.* STS de 21 de febrero de 2007 [La Ley 4518/2007]. La sentencia que se aporta determina que el incumplimiento de la fecha de entrega del local objeto del negocio jurídico faculta a los compradores del inmueble para resolver el contrato en el caso que los vendedores no cumplan con el plazo de entrega.

²⁶ [La Ley 20597/2009].

²⁷ Vid. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU...,” *op.cit.*, p. 505.

La nueva letra f) del artículo 60.2 TRLGDCU ha venido a desarrollar la antigua letra c) en lo que se refiere a la duración del contrato. El nuevo apartado concreta más las exigencias informativas requeridas al empresario. En este sentido, el nuevo apartado f) dice lo siguiente: “La duración del contrato, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución. Además, de manera expresa, deberá indicarse la existencia de compromisos de permanencia o vinculación de uso exclusivo de los servicios de un determinado prestador así como las penalizaciones en caso de baja en la prestación del servicio.” El antiguo precepto exigía sólo informar sobre la duración del contrato sin concretar más esta información. Entiendo que tanto el legislador comunitario como el español han querido desarrollar más lo que ya se podía entender con la redacción originaria a fin de no dejar dudas al respecto.

También hay que tener en consideración en este apartado lo dispuesto en el artículo 61.2.e) TRLGDCU sobre las garantías ofrecidas²⁸. Antes de la modificación de este apartado por la Ley 3/2014 suplantaba la duda sobre si el precepto se refería a las garantías comerciales adicionales del artículo 125 TRLGDCU que ofrece voluntariamente el empresario o si se refiere a las garantías legales de conformidad del artículo 114 y ss TRLGDCU. Sin embargo, la DDC recalcó en su artículo 5.1.e) que se estaba frente a los dos tipos de garantías y así lo ha integrado el legislador español en la letra e) del artículo 60.2 TRLGDCU. Con el nuevo redactado ya no quedan dudas en este punto y el empresario habrá de informar tanto de la existencia de garantías legales como comerciales.

²⁸ Sobre el trato de las garantías por la jurisprudencia, *Vid.* SAP de Madrid de 27 de septiembre de 2007. [La Ley 190331/2007]. TORRELLES TORREA, E., “Comentario al artículo 125 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011, p. 1129. afirma que respecto de la garantía del artículo 125 TRLGDCU que “ha de implicar una mejora y ampliación de la protección que se le dispensa al consumidor a través del régimen de responsabilidad por falta de conformidad”.

También el TRLGDCU obliga al empresario a exponer al consumidor los medios a través de los cuales puede poner fin a la relación jurídica contraída. La letra h) del artículo 60.2 TRLGDCU impone explícitamente que el empresario ponga en conocimiento del consumidor que tiene reconocido el derecho de desistimiento a su favor, además del plazo y la forma de ejercitarlo.

La SAP de Asturias de 11 de febrero de 2013²⁹ tuvo por objeto el litigio planteado por un particular que compró una vivienda en propiedad por la que pagó a cuenta de precio 9.000.- euros. La sentencia de la Audiencia Provincial igual que la sentencia del Tribunal de instancia no amparó la eficacia del contrato porque no observó las exigencias del artículo 60 TRLGDCU. Dice el fundamento jurídico segundo: *"En el presente caso ninguna de dichas características fue cumplida, toda vez que en el documento de la entrega de la señal por importe de 9.000 €, se dice que el importe de la venta de la vivienda lo es "sin incluir tributos", con lo que ya se incumple una de las obligaciones de la contratación (apartado 2.b) del mencionado precepto). Es más, se dice que el "correspondiente contrato privado de compraventa, donde se fijarán el resto de condiciones y formas de pago, así como los tributos que lo graven, será suscrito en el plazo máximo de quince días, a partir de la fecha en que sea instado a tal efecto por ASTURCASA". Con lo que se incumplen otras dos condiciones obligatorias, en cuanto, en primer lugar, no se especifican "el resto de condiciones y formas de pago", infringiendo así el deber de información (apartado 2 del citado precepto) y, en segundo lugar, se deja a voluntad omnímoda de la Promotora la determinación del plazo de cumplimiento del contrato (apartado 2.c) del repetido precepto). Todo ello sin olvidar que en el apartado g) se exige igualmente la especificación del derecho del consumidor a desistir del contrato, cosa que tampoco recoge el documento en cuestión."*

²⁹ Vid. SAP de Asturias de 11 de febrero de 2013 [La Ley 28255/2013]. La SAP de Albacete de 8 de enero de 2013 [La Ley 928/2013], también recoge un supuesto de cláusulas abusivas, en este caso por indeterminación de la fecha en que se había de entregar la vivienda objeto del contrato ya que se hacía en términos indicativos y no exactos. Sobre la configuración del plazo de entrega como elemento esencial del contrato Vid. SAP de Madrid de 12 de junio de 2013 [La Ley 142069/2013] y SAP de Madrid de 30 de mayo de 2013 [La Ley 142077/2013].

La letra g) del artículo 60.2 TRLGDCU obliga a informar sobre *"Lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación."* Partiendo de la formulación de este deber en el precepto, la información podrá transmitirse en cualquier idioma y se deberá informar al consumidor sobre este aspecto cuando la lengua del contrato sea distinta a la de la información precontractual. Cabe destacar que la Ley 3/2014 ha modificado este punto y añade un apartado cuarto al artículo 60 TRLGDCU, obligando al empresario a ofrecer al consumidor la información *"al menos en castellano"*.

La DDC ha significado también la adaptación de la ley española a los contenidos informativos digitales que plasman la información al consumidor. Así pues, se añaden las letras i) y j). La primera de ellas dice así: *"La funcionalidad de los contenidos digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables, como son, entre otras, la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional."* Mientras la doctrina y la jurisprudencia empiecen a interpretar las exigencias de este apartado, considero que la intención del legislador es proporcionar medios de defensa al consumidor cuando la información precontractual le sea proporcionada digitalizada, es decir, cuál es la finalidad del uso de tales medios y contenidos. La letra j) añade la obligación de informar del empresario al consumidor sobre *"Toda interoperabilidad relevante del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que conozca, como son, entre otros, el sistema operativo, la versión necesaria o determinados elementos de los soportes físicos."*

2. El deber de informar sobre el derecho de desistimiento.-

El artículo 69 TRLGDCU impone al empresario el deber de informar al consumidor sobre su derecho de desistimiento. Además, *"el empresario contratante deberá informarle por escrito en el documento contractual, de manera clara, comprensible y precisa, del derecho de desistir del contrato y de los requisitos y consecuencias de su ejercicio, incluidas las modalidades de resti-*

tución del bien o servicio recibido.”

Se puede afirmar que en el supuesto tratado por el artículo 69 TRLGDCU se está ante una concreción del deber “genérico” del artículo 60 TRLGDCU. En el supuesto del artículo 69 TRLGDCU el legislador ha querido ser más explícito y concreto y subrayar la importancia de que el empresario informe sobre el reconocimiento de este derecho al consumidor³⁰.

Como se ha dicho en el párrafo anterior, el empresario no solamente está obligado a informar sobre el derecho de desistimiento al consumidor, sino que tiene que informarle del mismo en el propio documento contractual³¹ de una forma clara, comprensible y precisa. Sin embargo, este es un requisito que según la doctrina tiene que ser adaptado a las distintas modalidades contractuales. El caso más relevante es aquella negociación que no requiera

³⁰ Vid. DOMÍNGUEZ LUELMO, A., “Comentario al artículo 69 TRLGDCU” en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011, p. 627. En palabras de DOMÍNGUEZ LUELMO, “*el deber de informar se establece cuando se ha introducido legalmente un derecho de desistimiento, que obedece a razones de política legislativa de protección a los consumidores en ciertos contratos (no en todos), y que nada tiene que ver con la correcta formación del consentimiento. Vid. BELUCHE RINCÓN, I., El derecho de desistimiento del consumidor*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2009, p. 59. Por su parte, este autor defiende que para considerar que el consentimiento del consumidor está bien fundado y madurado, el empresario debe de haber informado necesariamente a éste sobre el derecho de desistimiento que la ley pone a su alcance. En caso contrario el autor considera que si el empresario no le ha informado sobre su derecho, el consentimiento no está perfectamente razonado. En mi opinión, considero que el hecho que el empresario informe o no al consumidor sobre el mencionado derecho tiene una importancia sustancial para valorar la racionalidad del consentimiento de éste. Si se está ante un consumidor de perfil medio bajo que no tenga conocimiento de entrada que la ley pone a su alcance este derecho, si el empresario le hubiera informado sobre el mismo puede que hubiera aceptado la oferta contractual, pero tendría el plazo establecido por la ley (artículo 71 TRLGDCU) para acabar de meditar su decisión.

³¹ Vid. SAP de Madrid de 19 de junio de 2013 (La Ley 114298/2013). En el mismo sentido, Vid. SAP de Madrid de 16 de abril de 2013 (La Ley 63522/2013); SAP de Tenerife de 4 de marzo de 2013 (La Ley 147731/2013).

de la presencia física de los contratantes en sede del establecimiento mercantil del empresario o similar³².

2.1. La prueba del cumplimiento del deber de información.-

El artículo 69.2 TRLGDCU establece que “*corresponde al empresario probar el cumplimiento de los dispuesto en el apartado anterior.*”³³ Por lo tanto, la ley

³² Por ejemplo la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica, establece en el artículo 1.2 que “*Las disposiciones contenidas en esta ley no alteran las normas relativas a la celebración, formalización, validez y eficacia de los contratos y cualesquiera otros actos jurídicos ni las relativas a los documentos en que unos y otros consten.*” Por lo tanto, se desprende del tenor literal del precepto que las disposiciones de la ley mencionada serán supletorias respecto de lo que se establezca en el TRLGDCU por su aplicación primitiva por tratarse de la contratación con consumidores. PICATOSTSE BOBILLO ha reconocido lo que aquí se apuntaba: “*La previsión legal de este deber de información en el art. 69 (LA LEY 11922/2007) del TR, hará que sea de aplicación a otros supuestos de contratación con consumidores no regulados específicamente en el citado texto normativo, cuando la ley expresamente prevea el derecho de desistimiento.*” Vid. PICATOSTSE BOBILLO, J., “El derecho de información...”, *op.cit.*, p. 19.

³³ Vid. SAP de Salamanca de 13 de abril de 2013 (La Ley 55989/2013). La sentencia que se aporta trata una controversia relacionada con la carga de la prueba en materia de consumidores y usuarios. En el caso un cliente de un clínica dental sostuvo que había concluido un contrato con el empresario en el que se pactó que los honorarios a pagar por aquél no superarían los 4.500.- euros, cuando de haberse aplicado las tarifas de la propia clínica el montante ascendería a unos 6.900.- euros. El empresario demanda al cliente por impago de los honorarios, sin tener en cuenta el acuerdo que habían alcanzado las dos partes porque el empresario dijo que el presupuesto se había perdido. Se plantea entonces un caso de carga de la prueba sobre la existencia de este contrato privado entre el empresario y el consumidor. El párrafo de la sentencia que resuelve la controversia dice así: “*Poniendo en relación todo ello con el principio de carga de la prueba establecido en el artículo 217 de la LEC (LA LEY 58/2000), y en particular con el principio de facilidad de la carga probatoria, [...], hay que entender que corresponde al prestador del servicio el asegurar una adecuada información al cliente sobre todas las condiciones del mismo, entre las que se encuentra en su caso el correspondiente presupuesto en el que se contengan las cantidades que en su día habrá que pagar por los servicios prestados, siendo ésta una obligación de todo ordenado comerciante [...].el principio de facilidad de la carga probatoria, al que antes hemos hecho referencia, así como la, en principio negligencia de la clínica por haber perdido el presupuesto firmado, hace que no pueda estimarse la demanda respecto de la cantidad reclamada por los servicios a don Juan Alberto.*”

encomienda al empresario el deber de probar que debidamente ha informado al consumidor sobre su derecho de desistimiento. Se trata de una carga de la prueba que hay que ubicarla dentro de lo que la doctrina ha definido como “carga de la prueba formal”.

La ley le impone esta carga al empresario porque es la parte que sin duda alguna tiene mayores facilidades para probar el cumplimiento o no del deber de informar sobre el derecho de desistimiento. Lo que importa aquí no es determinar quién debe probar un hecho que tiene que probarse, sino fijar a qué parte se le imponen las consecuencias de lo no probado y, teniendo en cuenta la finalidad tuitiva y protectora que el TRLGDCU atribuye al consumidor, lo más lógico es que esta carga se imponga al empresario por su posición de superioridad.

Tampoco puede pasarse por alto la previsión del artículo 217.7 LEC según el cual *“Para la aplicación de lo dispuesto en los apartados anteriores de este artículo el tribunal deberá tener presente la disponibilidad y facilidad probatoria que corresponde a cada una de las partes del litigio.”*³⁴

II. LOS DEBERES DE INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL EN LOS CONTRATOS CELEBRADOS A DISTANCIA.-

1. Consideraciones generales.-

Antes de entrar a examinar el contenido de los deberes precontractuales de información en los contratos a distancia, considero que hay que destacar el esfuerzo del legislador para conseguir una definición del fenómeno de la contratación a distancia, dada la disparidad de significados que se le dan en la legislación sectorial aplicable en función del contrato o de las circunstancias que rodean el caso.

³⁴ Vid. DOMÍNGUEZ LUELMO, A., “Comentarios...,” *op.cit.*, p. 631–632. A la vista de este precepto, el autor afirma que *“se puede repartir la carga de la prueba, de manera que se obligue a aportar cada una de las pruebas a aquella parte que se encuentre en mejores condiciones de hacerlo. Es decir, en cada fase del periodo probatorio cada parte deberá aportar aquellas pruebas que le resulten más accesibles.”*

En este sentido, la Ley 3/2014 ha modificado el artículo 92.1 TRLGDCU y define la contratación a distancia como *“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 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.”*

La definición dista de la originaria del TRLGDCU que restringía el ámbito de aplicación del precepto a los casos en los que el sistema de contratación a distancia era organizado por el empresario.

El artículo 97 TRLGDCU determina el contenido y el modo en el que se debe proporcionar la información en los contratos celebrados sin la presencia física del consumidor y del empresario. Hay que advertir que la redacción originaria del TRLGDCU tomaba como referencia la Directiva 97/7/CE, de 20 de mayo que quedó derogada el pasado 14 de junio de 2014 por el artículo 31 de la DDC. También hay que decir que la reforma de TRLGDCU operada por la Ley 3/2014 ha modificado notoriamente este precepto, donde se amplían los deberes informativos a cargo del empresario.

Puede decirse que del mismo modo que el artículo 60 TRLGDCU exige que la información transmitida revista ciertos caracteres, el artículo 97.1 TRLGDCU también exige que la información sea *“clara y comprensible”*. Estas expresiones hacen referencia a proporcionar la información con un tamaño de letra apropiado, legible y que se plasme directamente a la vista del consumidor sin tener éste la necesidad de buscarla a través de links u otros mecanismos.

2. Contenido de la información.-

Para empezar el examen del contenido de los deberes de información en la contratación a distancia, el nuevo artículo 97.1 TRLGDCU ya no toma como base el artículo 60 TRLGDCU, regulador de los deberes de información en la contratación entre presentes, sino que adapta las informaciones que ha de transmitir el empresario en la contratación a distancia y, como es lógico,

añade nuevas exigencias informativas que tienen como causa la falta de presencia simultánea de las partes. Cabe también decir que los puntos sobre los cuáles el empresario tiene que informar al consumidor en las ventas a distancia de los artículos 60 y 97 TRLGDCU coinciden en gran medida con las previsiones del artículo 40 LOCM³⁵.

A efectos de no reiterar la explicación sobre el contenido de cada uno de los apartados del artículo 97.1 TRLGDCU, aquí se estudiarán aquellas informaciones que son propias de la contratación a distancia, remitiéndome a la explicación del contenido del artículo 60 TRLGDCU en aquellos aspectos que la ley se reitera en ambos artículos. Ante todo, es importante destacar que el artículo 97 TRLGDCU no permite eximir al empresario de proporcionar la información que está obligado a dar al consumidor a diferencia de lo que se prevé en el artículo 60.1 TRLGDCU cuando dice *“salvo que resulte manifiesta por el contexto”*.

³⁵ Vid. Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (La Ley 170/1996). El artículo 40 LOCM impone el deber al empresario del informar antes de concluir el contrato sobre:

- a) La identidad del vendedor y su dirección.
- b) Las características esenciales del producto.
- c) El precio, incluidos todos los impuestos.
- d) Los gastos de entrega y transporte, en su caso.
- e) La forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.
- f) La existencia de un derecho de desistimiento o resolución, o su ausencia en los contratos a que se refiere el artículo 45.
- g) El coste de la utilización de la técnica de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.
- h) El plazo de validez de la oferta y del precio.
- i) La duración mínima del contrato, si procede, cuando se trate de contratos de suministro de productos destinados a su ejecución permanente o repetida.
- j) Las circunstancias y condiciones en que el vendedor podría suministrar un producto de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por el consumidor, cuando se quiera prever esta posibilidad.
- k) En su caso, indicación de si el vendedor dispone o está adherido a algún procedimiento extrajudicial de solución de conflictos.

2.1. Información relativa al proveedor.-

En lo que se refiere a la información relativa al proveedor, las letras b), c) y d) del artículo 97 TRLGDCU parece que quieren poner a disposición del consumidor datos³⁶ del empresario o de la empresa para solventar cualquier problema que pudiera suceder con el bien o producto contratado. Claro exponente de estas intenciones es el deber de proporcionar el número de teléfono del establecimiento mercantil del empresario, la dirección de correo electrónico y el fax *“con objeto de que el consumidor y usuario pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz”*.

2.2. Información relativa al bien o servicio.-

A las características esenciales del bien o servicio se refiere el artículo 97.1.a) TRLGDCU. Se trata de que el consumidor, aun no pudiendo examinar el producto en sí mismo o la forma en que el servicio va a ser prestado, pueda hacerse una idea lo más fidedigna y exacta posible sobre el objeto del contrato. Esto lleva a informar al consumidor sobre todas las características del producto (peso, tamaño, dimensiones, calidad, etc.). Hay que señalar que en lo que se refiere a la descripción del bien o producto y de sus características esenciales incide notablemente la normativa sectorial aplicable al producto en concreto³⁷.

³⁶ La doctrina ha empezado a valorar la transposición de la DDC. Así pues, sorprende que los datos de contacto del comerciante o empresario sólo tengan que ser puestos a disposición del consumidor en la contratación a distancia y no en la contratación entre presentes. Sin duda alguna, esto puede ser motivado por la mayor probabilidad de perder el contacto con el comerciante en la contratación a distancia, pero que igualmente sería un dato importante en la contratación regulada en los artículos 5 DDC y 60 TRLGDCU. Vid. ARROYO AMAYUELAS, E., *“La contratación a distancia en la Directiva de protección de los derechos de los consumidores”*, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores. Más allá de la Directiva sobre derechos de los consumidores y del instrumento opcional sobre un derecho europeo de la compraventa de octubre de 2011*, Aranzadi, Pamplona, 2012, p. 261-262.

³⁷ Por ejemplo, el Real Decreto 864/1998, de 8 de mayo, por el que se regula el etiquetado energético de los lavavajillas electrónicos [La Ley 1941/1998] establece en el artículo 2 los

2.3. Sobre las condiciones económicas del contrato.-

La letra e) del nuevo artículo 97 TRLGDCU ha venido a completar la escueta mención que hacía la antigua letra c) del mismo artículo, que sólo preveía informar sobre los gastos de entrega y de transporte. Con el nuevo redactado, este artículo obliga al empresario a informar sobre el precio final completo del bien o servicio, sobre los incrementos y descuentos que sean de aplicación y gastos que se repercutan al consumidor, además de otros conceptos. Se trata de una redacción en gran parte coincidente con la letra c) del artículo 60 TRLGDCU a la que se añaden ciertas especificaciones por si se está delante de un contrato de duración indeterminada o que el mismo incluya una suscripción.

La SAP de Vizcaya, de 7 de julio de 2008³⁸, tuvo por objeto un caso de gastos repercutibles al precio del billete por exceso de equipaje de una aerolínea. La aerolínea no informó debidamente al consumidor sobre la imposición de dichos recargos ni en el propio billete ni en la página web de la aerolínea, vulnerándose así distintos preceptos de la Ley de Navegación Aérea y de la LGDCU. Finalmente, la sentencia de la Audiencia Provincial impone el deber a la aerolínea de reembolsar el importe de los mencionados recargos. Dice el segundo fundamento jurídico: *“Establece el artículo 97 LNA, que “el transportista estará obligado a transportar juntamente con los viajeros y dentro del precio del billete, el equipaje, con los límites de peso y volumen que fijen los Reglamentos. El exceso será objeto de estipulación especial”. Conforme a dicho precepto, las compañías aéreas pueden fijar un precio para el exceso de peso y volumen que sobrepase los límites que, reglamentariamente, se fijen, el cual, en todo caso, ha de ser objeto de “estipulación especial”. Pues bien, en el caso presente, no consta la existencia de una norma reglamentaria que*

contenidos de información del etiquetado. Entre estos contenidos se menciona el nombre y la dirección del proveedor, una descripción general del modelo, información sobre las características principales de diseño del modelo entre otros. Se trata de una regulación mucho más concreta que permite determinar mejor los requisitos informativos en un determinado sector de servicios o bienes.

³⁸ Vid. SAP de Vizcaya de 7 de julio de 2008 [La Ley 188623/2008].

fije los límites de peso y volumen para el equipaje incluido en el precio del billete, aunque la sentencia parte de la base de que existe “exceso de volumen”, y parece razonable entenderlo así, ya que una tabla de surf no responde a la consideración habitual de “equipaje”. Ahora bien, el precio que debe pagarse por este exceso debería haber sido objeto de “estipulación especial”, y no se ha acreditado por el demandado, ahora apelado, que tal estipulación existiera, al menos a la fecha de compra del billete.”

Una cuestión prejudicial se resolvió el pasado mes de septiembre por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea³⁹ que aclara la controversia sobre si las compañías aerolíneas pueden imponer recargos a los consumidores por facturar su equipaje de mano sin que estos recargos se reflejen en el precio de la compra de los billetes. El TJUE resuelve la cuestión prejudicial en el párrafo 40 estimando que “por lo que se refiere al equipaje no facturado, es decir, el equipaje de mano, debe señalarse, con objeto de ofrecer una respuesta completa al órgano jurisdiccional remitente, que tal equipaje debe considerarse, en principio, un elemento indispensable del transporte de los pasajeros y que su transporte, por consiguiente, no puede ser objeto de un suplemento de precio, siempre y cuando dicho equipaje responda a las exigencias razonables relativas a su peso y dimensiones y cumpla con los requisitos de seguridad aplicables.”

Uno de los aspectos clave en la contratación a distancia, y que puede incidir decisivamente a decidirse por el uso de esta técnica de comunicación es el coste del medio de contratación a distancia. En este punto, el artículo 97.1.f) TRLGDCU exige que se informe al consumidor sobre los costes del mismo cuando no se calcule con base en una tarifa básica. También el TRLGDCU obliga al empresario a informar sobre el coste de devolución del bien contratado en los casos que el consumidor asuma por contrato los gastos de devolución del mismo.

³⁹ Vid. STJUE de 18 de septiembre de 2014 [La Ley 116617/2014].

2.4. Sobre las condiciones jurídicas del contrato.-

Como ya se ha anticipado en el apartado anterior, el antiguo apartado d) del artículo 97.1 TRLGDCU obligaba a informar sobre el plazo de vigencia de la oferta y del precio⁴⁰. Como el TRLGDCU reformado no obliga a informar sobre un plazo de vigencia de la oferta parece que la ley deja abierta la posibilidad de que este plazo sea determinado unilateralmente por el empresario. El plazo de vigencia de la oferta es el período de tiempo durante el cual puede ser aceptada y el precio debe mantenerse inalterado.⁴¹

ARROYO AMAYUELAS⁴² defiende que *“en el ámbito del derecho de consumo, la imposición de la fijación de un plazo debería conllevar necesariamente la irrevocabilidad de la oferta (y del precio) durante ese tiempo, precisamente para evitar que el empresario decida unilateralmente revocarla antes de que éste transcurra en perjuicio del consumidor.”*

El artículo 49.2.b) TRLGDCU sanciona la falta de información sobre este extremo cuando establece que constituye infracción administrativa *“El incumplimiento de las obligaciones que la regulación de contratos celebrados a distancia impone en materia de información y documentación que se debe suministrar al consumidor y usuario”*.

⁴⁰ La doctrina interpreta que la falta del establecimiento de un plazo fijo para la oferta del contrato se debe a los cambios constantes a los que está sometido el mercado, de tal forma que el empresario pueda modificar rápidamente los precios. Tampoco la Directiva 97/7 en su artículo 4.1.h) establecía un plazo fijo de validez para la oferta contractual, ni la LOCM en su artículo 40.1.h) ni el artículo 7.2.e) LSSICE. Vid. ARROYO AMAYUELAS, E., *“La contratación a distancia...”*, op.cit, p. 274–276. En contra de esta posición doctrinal, Vid. SOLA TEYSSIERE, J., *La venta a distancia en el comercio minorista. Régimen jurídico y control administrativo*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2002, p. 398.

⁴¹ Sobre la oferta contractual en los contratos con consumidores, Vid. LASARTE ÁLVAREZ, C., *Manual sobre protección...*, op.cit, p. 91 – 93. DÍEZ-PICAZO, L., *Fundamentos...*, op.cit, p. 388–392.

⁴² Vid. ARROYO AMAYUELAS, E., *“Comentario al artículo 97 TRLGDCU”* en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011, p. 982.

Por lo que se refiere a la ejecución del contrato, el artículo 97.1.g) TRLGDCU obliga a informar sobre *“La forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.”* Esto significa informar al consumidor sobre la posibilidad de pagar a plazos, posibles anticipos a cuenta, forma del pago, si es posible la exigencia del pago antes de la entrega del bien, etc. El empresario también debe informar acerca del día en que empezará a ejecutar su prestación. En consecuencia, aquí ya no se está ante una mera modalidad de ejecución del contrato, sino que se trata del cumplimiento de la obligación que el TRLGDCU impone al vendedor y que puede ser un elemento esencial del mismo que puede tener potenciales efectos durante el desarrollo de la relación contractual, pues bien, de no haber proporcionado el empresario dicha información el consumidor puede que no hubiera dado su consentimiento contractual (artículo 1.261 CC).

Cabe también hacer referencia al artículo 109 TRLGDCU que establece que *“Salvo que las partes hayan acordado otra cosa, el empresario deberá ejecutar el pedido sin ninguna demora indebida y a más tardar en el plazo de 30 días naturales a partir de la celebración del contrato.”* Aunque la ley establece un plazo máximo para que el empresario ejecute el contrato, esto no exonera al empresario de informar sobre la fecha de ejecución del contrato. Además, la ley parte en primer lugar del acuerdo alcanzado por las partes para fijar el plazo máximo de 30 días.

El empresario también debe informar al consumidor sobre la duración del contrato cuando se está ante un contrato de prestación de servicios según se deduce del artículo 97.1.p). Aquí se hace referencia a la duración mínima del contrato, evidentemente sin perjuicio que después las partes en el contrato establezcan una duración superior para el mismo.

Por último, si en la contratación entre presentes el empresario debe informar al consumidor sobre su derecho de desistimiento, este deber aún tiene más importancia en la contratación a distancia. El artículo 97.1.i) TRLGDCU menciona implícitamente el derecho de desistimiento por remisión al artículo 60 TRLGDCU porque no se refiere a este derecho directamente. Pero sí que establece en la letra l) que el empresario debe informar de la ausencia del de-

recho de desistimiento en los contratos del artículo 103 TRLGDCU. Como se anticipaba, este último artículo descarta el derecho de desistimiento en una serie de contratos, pero no exime de informar sobre la ausencia de este derecho⁴³.

3. FORMA DE PROPORCIONAR LA INFORMACIÓN.-

Toda la información a la que se refiere el artículo 97 TRLGDCU tiene que proporcionarse al consumidor por escrito o *“de forma acorde con las técnicas de comunicación a distancia utilizadas, en términos claros y comprensibles”*⁴⁴. La nueva redacción del artículo 98 TRLGDCU ha supuesto un cambio sustancial respecto al antiguo artículo 98 TRLGDCU que obligaba no solamente a pro-

⁴³ Vid. REYES LÓPEZ, M. J., *Manual de Derecho...*, op.cit, p. 254.

⁴⁴ Vid. ARROYO AMAYUELAS, E., “Comentario al artículo 98 TRLGDCU” en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011, p. 990. Según este autor, la expresión “soporte duradero” del artículo 98.2 TRLGDCU debe interpretarse conforme a la Directiva 2002/65, de 23 de septiembre de 2002, relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores. Esta Directiva define lo que a sus efectos se entiende por “soporte duradero” como *todo instrumento que permita al consumidor almacenar la información dirigida personalmente a él, de modo que pueda recuperarla fácilmente durante un período de tiempo adecuado para los fines para los que la información está destinada y que permita la reproducción sin cambios de la información almacenada*. Puede deducirse que la Directiva se está refiriendo a un soporte electrónico que tenga la misma virtualidad que la información plasmada en un papel, por ejemplo un correo electrónico o instrumento similar que reproduzca las informaciones precontractuales exigidas por los artículos 97 y 98 TRLGDCU. Vid. BOTANA GARCÍA, G. A. y RUIZ MUÑOZ, M., *Curso sobre protección...*, op.cit, p. 137–139. Estos autores también dedican esfuerzos en determinar cuál es la intención del legislador al exigir una forma para la celebración de contratos con consumidores. Esta finalidad es que los consumidores *“actúen precipitadamente y de forma poco meditada, la de proporcionarles tener a su disposición, a lo largo del desarrollo de la relación contractual, información sobre las características del producto o servicio, y especialmente, sobre las condiciones del contrato, esto es, sobre sus derechos y obligaciones.”* En mi opinión, el legislador presume que mediante el suministro de información de forma escrita al consumidor, éste tendrá un mejor conocimiento de sus derechos durante la ejecución del contrato.

porcionar al consumidor en un soporte duradero o en papel la información contemplada en el artículo 97 TRLGDCU, sino que se añadían otras informaciones tales como la dirección del establecimiento del empresario, información relativa a servicios de asistencia técnica o otros servicios postventa y las condiciones para la denuncia del contrato en caso de duración determinada o superior a un año.

Además, el artículo 98.2 TRLGDCU condicionaba de forma considerable que la información fuera transmitida en un soporte diferente que no sea en papel. En primer lugar, el consumidor o usuario tenía que oponerse a que la información le sea proporcionada en papel. Y, en segundo lugar, el soporte utilizado para transmitir la información tenía que ser adecuado a la técnica de comunicación a distancia utilizada. Con el nuevo redactado del artículo 98 TRLGDCU parece que el legislador se ha querido adaptar a las posibilidades que ofrece la contratación digital y permite que se ponga a disposición del consumidor la información según *“las técnicas de comunicación a distancia utilizadas”*⁴⁵.

4. CONSECUENCIAS DE LA INOBSERVANCIA DE LA FORMA ESCRITA.-

La reforma operada por la Ley 3/2014 también ha supuesto colmar una laguna que la doctrina venía detectando en lo que se refiere a las consecuencias de la falta de proporción de la información de forma escrita. Así, el antiguo artículo 98 TRLGDCU *“confirmación escrita de la información”* no determinaba las sanciones que podían imponerse al empresario en caso de no proporcionar la información al consumidor de forma escrita. Sin embargo, el nuevo

⁴⁵ La expresión señalada parece hacer referencia a un soporte duradero que permita al consumidor disponer de la información precontractual antes de la conclusión del contrato, durante la ejecución del mismo y una vez se haya realizado la entrega del bien o la prestación del servicio. En este sentido, la DDC [La Ley 21601/2011] ha definido en el artículo 2. 10) lo que se entiende por soporte duradero: *“todo instrumento que permita al consumidor o al comerciante almacenar información que se le transmita personalmente de forma que en el futuro pueda recuperarla fácilmente durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita la reproducción de la información almacenada sin cambios”*.

artículo 100 TRLGDCU determina que el contrato será anulable a instancias del consumidor por vía de acción o excepción. De esta forma se opta por la sanción que la doctrina había señalado como la más idónea en lo que se refiere a la protección del consentimiento del consumidor⁴⁶, causándole las mínimas molestias para denunciar el vicio formal del contrato celebrado.

⁴⁶ Sobre las reflexiones de la doctrina en este punto, *Vid.* SANTOS MORÓN, M^a. J., “Información precontractual...”, *op.cit.*, p. 153–157. DÍEZ-PICAZO afirma que “*Los contratos anulables producen efectos legales desde su perfección, pero son claudicantes o provisionales, en el sentido de que cesarán y se tendrán por no existentes ab initio si la nulidad se declara judicialmente.*” *Vid.* DÍEZ-PICAZO, L y GULLÓN, A., *Sistema de Derecho civil...*, *op.cit.*, p. 109. Por lo tanto el remedio de la anulabilidad puede ser más beneficioso en la medida que ésta no puede ser declarada de oficio por los tribunales, sino que sólo puede ser instada por el obligado principal o subsidiario. GARCÍA RUBIO, M^a P., “La forma en los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles. Una aproximación al formalismo como característica del Derecho del Consumo”, en *AC*, n^o 2, 1994, p. 277 – 289. También, *Vid.* SANTOS MORÓN, M^a. J., “Información precontractual...”, *op.cit.*, p. 156. Los autores afirman que “*quizás lo más adecuado sería prescindir de categorías dogmáticas previas e intentar construir un régimen coherente y uniforme que dé solución a todos los supuestos en que se impone la forma escrita como mecanismo de protección de los intereses del consumidor.*”

BIBLIOGRAFIA

- ALVARGONZÁLEZ TERRERO, C., “Obligaciones formales en los contratos de consumo”, en LEÓN ARCE, A. de., y GARCÍA GARCÍA, L. M^a., *Derechos de los consumidores y usuario. Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios*, 2^a ed, Tirant lo Blanch, Valencia, 2007.
- ARROYO AMAYUELAS, E., “La contratación a distancia en la Directiva de protección de los derechos de los consumidores”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores. Más allá de la Directiva sobre derechos de los consumidores y del instrumento opcional sobre un derecho europeo de la compraventa de octubre de 2011*, Aranzadi, Pamplona, 2012.
- “Comentario al artículo 97 TRLGDCU” en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011.
- ARROYO AMAYUELAS, E., “Comentario al artículo 98 TRLGDCU” en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011.
- BELUCHE RINCÓN, I., *El derecho de desistimiento del consumidor*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2009.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ – CANO, A., “La protección de los consumidores, la Constitución española y el Derecho mercantil”, en BERCOVITZ RODRÍGUEZ – CANO, A., y BERCOVITZ RODRÍGUEZ – CANO, R., *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Tecnos, Madrid, 1987.
- BOTANA GARCÍA, G. A., “Comentario al nuevo texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias”, en *PDD*, nº 70, 2009.
- CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 60 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011.
- CARBALLO FIDALGO, M., “Las cláusulas contractuales no negociadas ante la Propuesta de Directiva sobre derechos de los consumidores”, en *Indret*, nº 1, 2010.
- CHINCILLA IMBETT, C. A., “El deber de información contractual y sus límites”, en *RDP*, nº 21, 2011.
- DOMÍNGUEZ LUELMO, A., “Comentario al artículo 69 TRLGDCU” en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a los Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011.
- EBERS, M., “De la armonización mínima a la armonización plena. La propuesta de Directiva sobre los derechos de los consumidores”, en *Indret*, nº 2, 2010.
- GARCÍA RUBIO, M^a P., “La forma en los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles. Una aproximación al formalismo como característica del Derecho del Consumo”, en *AC*, nº 2, 1994.
- GETE ALONSO, M^a DEL C., “La autonomía privada”, en PUIG I FERRIOL, LL. GIL RODRÍGUEZ, J. HUALDE SÁNCHEZ, J. J., *Manual de Derecho Civil. II. Derecho de obligaciones. Responsabilidad civil. Teoría general del contrato*, 3^a ed, Marcial Pons, Madrid, 2000.
- GÓMEZ CALLE, E., *Los deberes precontractuales de información*, La Ley, Madrid, 1994.
- LASARTE ÁLVAREZ, C., *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, Dykinson, Madrid, 2003.
- MACÍAS CASTILLO, A., “Comentario al artículo 13 LGDCU”, en LLAMAS POMBO, E. (Coord.), *Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios. Comentarios y Jurisprudencia de la Ley veinte años después*, La Ley, Madrid, 2005.
- MARÍN LÓPEZ, M. J., “La Directiva 2011/83/UE: esquema general, ámbito de aplicación, nivel de armonización y papel de los Estados miembros”, en *RCC*, nº 1, 2012.
- MARÍN LÓPEZ, M. J., “La Directiva 2011/83/UE: esquema general, ámbito de

aplicación, nivel de armonización y papel de los Estados miembros, en *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, nº 1, 2010.

MAZA GAZMURI, I de la., *Los límites del deber precontractual de información*, Madrid, 2009.

MENDOZA LOSANA, A. I., “Información precontractual en la Directiva 2011/83: novedades, exigencias y carencias”, en *RCC*, nº1, 2012.

MIRANDA SERRANO, L. M.^a., “La Directiva 2011/83/UE, sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación para Europa de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles”, en *RDCD*, nº 11, Madrid, 2012.

ORTI VALLEJO, A., “Comentario al artículo 13 LGDCU”, en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. y SALAS HERNÁNDEZ, J., (coords.), Civitas, Madrid, 1992.

PÉREZ GARCÍA, P. A., *La información en la contratación privada*, Ministerio de Sanidad y Consumo, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990.

PICATOSTE BOBILLO, J., “Derechos y garantías de los consumidores en la compraventa de vivienda”, en AZPARREN LUCAS, A. (Dir.), *Hacia un código del consumidor*, Consejo General del Poder Judicial, Madrid, 2006.

“El derecho de información en la contratación con consumidores”, en *AC*, nº 4, 2011.

PRATS ALBENTOSA, L., “La información precontractual como deber del oferente y derecho del consumidor (según la Directiva de los Derechos de los consumidores 2011/83)”, en *El Notario del Siglo XXI*, nº 56, 2014.

REYES LÓPEZ, M. J., *Manual de Derecho Privado de consumo*, La Ley, Madrid, 2009.

REYES LÓPEZ, M.^a J., “La protección de los derechos de los consumidores y usuarios”, en REYES LÓPEZ, M.^a J. (Coord.), *Derecho Privado de Consumo*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2004.

SANTOS MORÓN, M.^a J., “Información precontractual, forma y prueba del contrato”, en BOTANA GARCÍA, G., y RUIZ MUÑOZ, M. (coords.), *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, Mc Graw Hill, Madrid, 1999.

SANZ VIOLA, A. M.^a., “Contratación electrónica”, en *AC*, nº 2, 2001.

SOLA TEYSSIERE, J., *La venta a distancia en el comercio minorista. Régimen jurídico y control administrativo*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2002.

TORRELLES TORREA, E., “Comentario al artículo 125 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, 2011.

TWIGG-FLESNER, C., “La Directiva sobre derechos de los consumidores en el contexto del derecho de consumo de la Unión Europea”, en CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores. Más allá de la Directiva sobre derechos de los consumidores y del instrumento opcional sobre un derecho europeo de la compraventa de octubre de 2011*, Aranzadi, Pamplona, 2012.

VEIGA COPO, A. B., “El deber de concreción, claridad y sencillez en la redacción de clausurados de contratos de seguro”, en *DLA*, nº 6286, 2005.