
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Vaquerizo Tortosa, Laia; García Ruíz, Maria Isabel, dir. Contratos de consumo a distancia : derechos de las personas consumidoras y usuarias. 2021. 55 pag. (1285 Grau en Dret i Grau en Relacions Laborals)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/245216>

under the terms of the  license

CONTRATOS DE CONSUMO A DISTANCIA.

DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y
USUARIAS.


Trabajo de Fin de Grado
Grado en Relaciones Laborales

Autora: Laia Vaquerizo Tortosa

Tutora: M. Isabel García Ruíz

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

Bellaterra, 12 de Mayo de 2021



ÍNDICE

1. Introducción: relevancia de los contratos de consumo a distancia.	4
1.1. Normativa reguladora de los contratos de consumo a distancia.	5
2. Concepto de contrato de consumo a distancia.....	8
2.1. Derechos de los consumidores.....	11
3.Derechos específicos de los consumidores en las compras a distancia.	14
3.1. Derecho a información clara y comprensible antes de que el consumidor se vea vinculado por un contrato celebrado a distancia	15
3.2. Derecho a elegir el método de pago.....	25
3.3. Derecho a copia del contrato.	26
3.4. Derecho a que se le entregue el bien en el plazo establecido.....	28
3.5. Derecho a probar e inspeccionar el bien	30
3.6. Derecho de desistimiento	32
3.7. Derecho a reparación o sustitución del bien, servicios postventa.....	37
3.8. Derecho de garantía.	41
3.9. Derecho a una mayor protección procesal	43
5. Fuentes consultadas.....	47
5.1. Monografías, artículos y doctrina.....	47
5.2. Legislación	49
5.3. Jurisprudencia.....	50
6. Anexos	51

ABREVIATURAS

CC	Código Civil Español
CCC	Codi de Comerç Català
CE	Constitución Española
DCCB	Directiva (UE) 2019/771, del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes por la que se modifica el R (CE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE.
D 2011/83/UE	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 99/13/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.
LGDCU	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.
LSSICE	Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
RDL 7/2021	Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la UE en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores.
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea.
UE	Unión Europea

RESUMEN

El objeto de estudio del presente trabajo es la modalidad contractual de los contratos de consumo a distancia por su incremento en número y su mayor importancia en los últimos años.

Se tendrá como referencia las indicaciones provenientes de la Unión Europea y su trasposición a nuestro ordenamiento jurídico, el cual encuentra el grueso de su regulación en el Texto refundido de la Ley General de Defensa del Consumidor y Usuario; así como toda la normativa internacional, nacional y de comunidad autónoma que pueda ser aplicable; todo ello analizado acompañadamente de resoluciones nacionales e internacionales.

Palabras clave: contrato de consumo a distancia, derecho de información, soporte duradero, desistimiento, conformidad, consumidor vulnerable.

ABSTRACT

The object of study of this work is the contractual modality of distance consumption contracts due to its increase in number and its greater importance in recent years. The indications coming from the European Union and their transposition into our legal system will be taken as reference, which finds the bulk of its regulation in Spain in the Consolidated Text of the General Law of Consumer and User Defense; as well as all the international, national and Autonomous Communities regulations that may be applicable; all of this analyzed accompanied by national and international resolutions.

Keywords: distance consumer contract, right to information, durable support, withdrawal, compliance, vulnerable consumer.

1. Introducción: relevancia de los contratos de consumo a distancia.

Los contratos de consumo son un elemento de la vida cotidiana, y actualmente la modalidad a distancia de este contrato tiene una especial relevancia con motivo del auge del uso de las tecnologías y las ventas online. Estos contratos se han visto incrementados aún más durante este último año por la pandemia mundial, como muestra por ejemplo el aumento de un 40% de los ingresos de Amazon¹, tal y como se indica en la nueva normativa realizada durante la pandemia², y la incorporación de numerosas empresas a esta modalidad contractual. Este tipo contractual tiene grandes ventajas, tales como la facilidad de contactar con tiendas de la otra punta del mundo sin necesidad de que sean grandes empresas, la comodidad de comprar desde casa y de tener toda la variedad en una misma plataforma. Sin embargo, también implica una serie de problemas y desventajas para la persona consumidora, como puede ser el hecho de que no ve de forma física el producto comprado con anterioridad a la celebración del contrato o el hecho de que se puede quedar vinculado contractualmente con un solo clic, lo que lleva a una contratación más impulsiva³ y menos meditada, y es por ello por lo que se viene incorporando normativa específica para este tipo de contratos.

Por este motivo, en el presente trabajo se abordarán los derechos de las personas consumidoras (desde lo más general a lo más específico) haciendo un especial hincapié en las peculiaridades derivadas de la modalidad a distancia, con la intención de plasmar cuál es la normativa que se puede utilizar para defender tales derechos y de qué manera se están interpretando dichas normas por parte de los

¹DE HARO, José Luis, “ Los ingresos de Amazon aumentaron un 40% y su beneficio neto alcanzó 5.200 millones en el segundo trimestre ” en *El Economista*, 30 de julio de 2020. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/resultados/noticias/10698738/07/20/Los-ingresos-de-Amazon-aumentaron-un-40-y-su-beneficio-neto-alcanzo-5200-millones-en-el-segundo-trimestre.html#:~:text=Resultados->

, Los ingresos de Amazon aumentaron un 40% y su beneficio neto alcanzó 5.200 millones en el segundo trimestre & text=En el segundo trimestre de, mismo periodo del año C3 B1 o anterior. Consultado el 20 de noviembre de 2020.

² Real Decreto-ley 37/2020, en la exposición de motivos se establece que resulta urgente la adopción de medidas debido “ al auge de las relaciones comerciales a distancia, que se han visto incrementadas con motivo de la pandemia ”.

³ ESTEBAN DE LA ROSA, Fernando, “ De la contratación electrónica para los sistemas de resolución alternativa de litigios de consumo: radiografía de una transformación necesaria ”. *Revista Jurídica sobre Consumidores y Usuarios*. Vlex. N3. Consumidores y comercio electrónico, noviembre 2018.

tribunales, tanto estatales como internacionales, especialmente, de la Unión Europea.

Con este estudio, por lo tanto, se pretende exponer de forma clara cuáles son los derechos de los consumidores en las compras a distancia, con sus matices más relevantes, para disminuir la desigualdad entre las partes contratantes al poder conocer la parte consumidora con mayor facilidad sus derechos y obligaciones.

Las resoluciones de órganos jurisdiccionales de la Unión Europea (en adelante UE) tienen una especial importancia debido a la situación de comercio globalizado. Por este motivo, la UE y otros entes internacionales tienen como principal finalidad la de armonizar el comercio internacional y dar seguridad jurídica a aquellas partes que lleven a cabo compras internacionales a distancia.

Quedarán excluidas del presente trabajo las modalidades de contrato de consumo a distancia en materia financiera, bancaria y sobre venta de inmuebles, por motivo de las características tan especiales y porque requieren de una atención individualizada cada una de estas modalidades (teniendo cada una de estos tipos contractuales una normativa específica), de modo que este trabajo está orientado a analizar los contratos de consumo a distancia referentes a los bienes y servicios de consumo en términos generales, sin entrar en las especificidades por razón de materia.

El contrato de consumo es un contrato con unas características concretas por razón de los sujetos intervinientes, ya que se parte de una situación de desigualdad, entre las empresas y las personas consumidoras, por lo que es necesario que el ordenamiento jurídico proteja a la parte más débil con la finalidad de proteger el equilibrio entre los derechos y las obligaciones de las partes.

1.1. Normativa reguladora de los contratos de consumo a distancia.

Los contratos de consumo se encuentran regulados en una gran variedad de normativa, tanto estatal como internacional, por lo que no encontramos una normativa recopilada en un solo texto. Esto es así, entre otros motivos, porque el comercio es dinámico y variante, lo cual hace que la situación cambie y se tenga que crear más normativa para regular los nuevos supuestos de hecho.

Consecuentemente, la normativa que se utilizará y se tendrá en cuenta para la realización del presente trabajo proviene de normas de diferentes rangos estatales, normas autonómicas de Cataluña (ya que la Generalitat tiene competencia en materia de consumo en base al artículo 123 del Estatuto de autonomía de Cataluña), y normas internacionales, especialmente de la UE. Las normas principales son las siguientes:

a nivel estatal:

- Código civil
 - Constitución Española
 - **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.**
 - Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores.
 - Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
 - Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.
 - Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
 - Real Decreto-Ley37/2020, de 22 de diciembre, de medidas urgentes para hacer frente a las situaciones de vulnerabilidad social y económica en el ámbito de la vivienda y en materia de transportes.

Entre esta multiplicidad de normas que regulan los contratos de consumo a distancia, cabe destacar el artículo 51 de la Constitución Española (en adelante CE). Este artículo establece uno de los principios rectores de la política social y

económica del ordenamiento jurídico español, e insta a los poderes públicos a garantizar la defensa de los consumidores y usuarios⁴.

a nivel de comunidad autónoma en Cataluña.

- Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña, concretamente en el Capítulo II, del artículo 222-1 al 222-3.
- Estatuto de autonomía de Cataluña (2006).

a nivel de la UE.

- 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 99/13/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.
- Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.
- Directiva (UE) 2019/ 771 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes por la que se modifica el R (CE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE.

⁴ Artículo 51 CE: 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 aquellos, en los términos que la ley establezca. 3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.

2. Concepto de contrato de consumo a distancia.

Un contrato de consumo a distancia tiene las mismas características que un contrato de consumo presencial, pero con unas peculiaridades añadidas derivadas de su naturaleza. El contrato de consumo es aquel en el que hay una relación⁵ entre una persona **consumidora** o usuaria⁶, los cuales son definidos en el artículo 3 de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios⁷ (en adelante LGDCU) con las notas características de *actuar con un propósito ajeno a su actividad profesional en el caso de las personas físicas, o que actúen sin ánimo de lucro también en un ámbito ajeno a su actividad comercial o empresarial en el caso de personas jurídicas y entidades sin personalidad jurídica*; y una persona **empresaria**, que es *toda persona física o jurídica que actúa directamente o a través de otra persona con una finalidad relacionada con su actividad profesional*. Las características especiales de los contratos de consumo a distancia se explican en detalle en el artículo 92 de la LGDCU. El mencionado artículo expone que las particularidades son que se realiza el contrato **sin la presencia física simultánea de los contratantes**, *siempre que la oferta y la aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el empresario*⁸.

⁵ 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 adelante LGDCU), artículo 2: Esta norma será de aplicación a las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios.

⁶ Se utiliza el término consumidor en los casos en los que lo que se obtiene es un bien, y usuario cuando lo que se obtiene es un servicio. En el presente trabajo es posible que se hable de consumidores por economía de la lengua, pero se hace referencia en todo momento a ambas figuras.

⁷ LGDCU, artículo 3: 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.

⁸ Tal y como se establece en el artículo 92.1 LGDCU.

En el Código de Consumo de Cataluña (en adelante CCC) también aparecen regulados los contratos de consumo a distancia en el artículo 222- 1 como las relaciones *“formalizadas sin la presencia física simultánea del empresario y la persona consumidora, si la oferta y la aceptación se hacen exclusivamente por medio de técnicas de comunicación a distancia dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el empresario o empresaria. También se incluyen en el concepto de relaciones de consumo a distancia la contratación telefónica, la contratación por correspondencia y la contratación efectuada por medios audiovisuales y electrónicos, que comprende las subastas en línea”*.

Los contratos que se encuentran excluidos¹⁰ del concepto de contratos de consumo a distancia, y a los que por lo tanto no se les aplica la regulación de la LGDCU ni del CCC para los contratos a distancia, son los siguientes¹¹:

- Ventas automáticas.
- Ventas en subastas, a no ser que sean por vía electrónica.
- Contratos sobre productos o servicios financieros.
- Contratos celebrados con los operadores de telecomunicaciones.
- Contratos celebrados para la construcción de bienes inmuebles.

En la mayoría de los contratos de consumo, la empresa impone el clausulado del contrato, lo que hace que sea más fácil que estos impongan cláusulas abusivas o injustas, es por ello por lo que se remarca que hay una desigualdad inicial, la cual se pretende compensar con normativa protectora de los derechos de los consumidores.

De la contratación electrónica derivan, además, algunos peligros para las personas consumidoras, como pueden ser los delitos informáticos, la falta de conformidad o los daños derivados del transporte en los bienes, y la inseguridad jurídica de la falta de conocimiento de los derechos propios del consumidor.

¹⁰ El listado exhaustivo de las excepciones se encuentra en el artículo 93 LGDCU.

¹¹ ACEDO PENCO, Ángel. *Derecho de consumo, análisis jurídico. privado de la ley general para la defensa de los consumidores de 2007*. Editorial Dykinson, Madrid, 2012. Página 145.

Debido a la globalización, es usual que en los contratos de consumo intervengan partes de distintos países, y para dar una protección a los consumidores en el caso de que sea necesario litigar por problemas derivados de esos contratos, el Convenio internacional Roma I¹² establece que la normativa que se aplicará será la de la residencia habitual del consumidor, o la que establezcan las partes, siempre y cuando sea más beneficiosa para el consumidor [vid infra 3.7].

Los contratos de consumo, como cualquier otro contrato, deben cumplir los requisitos que establece el artículo 1261 Código Civil¹³ (en adelante CC), que son

¹² Reglamento (CE) n° 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I). Artículo 6 Contratos de consumo. 1. Sin perjuicio de los artículos 5 y 7, el contrato celebrado por una persona física para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad comercial o profesional ("el consumidor") con otra persona ("el profesional") que actúe en ejercicio de su actividad comercial o profesional, se regirá por la ley del país en que el consumidor tenga su residencia habitual, siempre que el profesional:

a) ejerza sus actividades comerciales o profesionales en el país donde el consumidor tenga su residencia habitual, o
b) por cualquier medio dirija estas actividades a ese país o a distintos países, incluido ese país, y el contrato estuviera comprendido en el ámbito de dichas actividades.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado 1, las partes podrán elegir la ley aplicable a un contrato que cumple los requisitos del apartado 1, de conformidad con el artículo 3. Sin embargo, dicha elección no podrá acarrear, para el consumidor, la pérdida de la protección que le proporcionen aquellas disposiciones que no puedan excluirse mediante acuerdo en virtud de la ley que, a falta de elección, habría sido aplicable de conformidad con el apartado 1.

3. Si no se reúnen los requisitos señalados en las letras a) y b) del apartado 1, la ley aplicable a un contrato entre un consumidor y un profesional se determinará de conformidad con los artículos 3 y 4.

4. Los apartados 1 y 2 no se aplicarán a los siguientes contratos:

a) contratos de prestación de servicios, cuando los servicios deban prestarse al consumidor, exclusivamente, en un país distinto de aquel en que el mismo tenga su residencia habitual;

b) contratos de transporte distintos de los contratos relativos a un viaje combinado con arreglo a la definición de la Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1990, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados [15];

c) contratos que tengan por objeto un derecho real inmobiliario o contratos de arrendamiento de un bien inmueble distintos de los contratos relativos al derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido con arreglo a la definición de la Directiva 94/47/CE;

d) derechos y obligaciones que constituyan un instrumento financiero y derechos y obligaciones que constituyan los términos y condiciones que regulan la emisión, la oferta de venta al público o las ofertas públicas de adquisición de valores negociables, y la suscripción y el reembolso de participaciones en organismos de inversión colectiva, siempre y cuando no constituyan la prestación de un servicio financiero;

e) los contratos celebrados dentro de un sistema que entre en el ámbito de aplicación del artículo 4, apartado 1, letra h).

¹³ Artículo 1261 CC: No hay contrato sino cuando concurren los requisitos siguientes: 1º Consentimiento de los contratantes. 2º Objeto cierto que sea materia del contrato. 3º Causa de la obligación que se establezca.

el consentimiento de las partes contratantes, el objeto cierto que sea materia del contrato y la causa de la obligación que se establezca.

En referencia al **consentimiento**, el artículo 1262 CC hace especial mención a los contratos a distancia¹⁴, estableciendo que en este caso hay consentimiento desde que el oferente conoce la aceptación o desde que, habiéndosela remitido el aceptante, no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe, indicándose que en los contratos a distancia que se celebran mediante dispositivos electrónicos hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación, ya que se trata de una declaración de voluntad no recepticia y produce efectos jurídicos con su sola emisión al hacer la declaración de aceptación en el contrato electrónico, por ejemplo¹⁵.

2.1. Derechos de los consumidores.

En el artículo 8 de la LGDCU se establecen los derechos básicos de los consumidores y usuarios, que son los siguientes:

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

Derecho a la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.

Derecho a la indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.

Derecho a la información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.

¹⁴ Se menciona la especialidad de los casos en los que oferta y el que aceptó ”.

¹⁵ Debemos recordar, tal y como indica LOPEZ ALONSO, Fernando, en *El régimen de garantías en los productos de consumo*, en el caso de error que invalide el consentimiento, no se cumplirán los requisitos básicos para la existencia de un contrato y por lo tanto, será nulo o anulable (atendiendo a cada situación). Este error deberá recaer, tal y como se establece en el artículo 1266 CC sobre la sustancia de la cosa que fuere objeto del contrato, o sobre aquellas condiciones de la misma que principalmente hubiesen dado motivo a celebrarlo. Es por ello que en el caso de que el objeto del contrato no fuese conforme en lo esencial, existiría error que invalidaría el consentimiento.

Derecho a la audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.

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

Estos derechos se pueden desglosar en muchos subapartados y hay numerosa doctrina sobre ellos, pero en el presente trabajo no se tratarán todos ellos de forma genérica, sino que se tratarán de forma más concreta aquellos derechos en específico que afectan en mayor medida o de especial forma a los derechos de los consumidores en las compras a distancia. Estos derechos de los consumidores se ven reflejados en la normativa a veces como tales, y en otras ocasiones se regulan como obligaciones que se imponen a los vendedores. Estos derechos y obligaciones encuentran el grueso de su regulación en la ya mencionada Ley General de defensa de consumidores y usuarios, en el título tercero, en el que se hace referencia a los contratos celebrados a distancia y contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil.

En ella (LGDCU) se establece que el ámbito de aplicación del título tercero será a los contratos celebrados a distancia en el marco de un contrato de consumo sin la presencia física del empresario y el consumidor, en el que se usen para ello exclusivamente técnicas de comunicación a distancia, como pueden ser el correo postal, internet, teléfono o fax.¹⁶ Además de estos, también se encontrarán bajo el

¹⁶ Artículo 92 LGDCU, Ámbito de aplicación:

1. Se regirán 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 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.

2. Las disposiciones de este título serán también de aplicación a los siguientes contratos celebrados con consumidores y usuarios fuera del establecimiento mercantil:

a) Contratos celebrados con la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario.

b) Contratos en los que el consumidor y usuario ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a).

ámbito de aplicación de este título aquellos que se establecen en su apartado segundo, que son a grandes rasgos, aquellos celebrados fuera del establecimiento mercantil del empresario o en los que interviene un medio de comunicación a distancia, aunque haya habido previamente contacto personal con el consumidor en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del empresario; con las excepciones del artículo 93 de la misma ley [vid. supra. Apartado 2].

c) Contratos celebrados en el establecimiento mercantil del empresario o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor y usuario en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del empresario, con la presencia física simultánea del empresario y el consumidor y usuario.

d) Contratos celebrados durante una excursión organizada por el empresario con el fin de promocionar y vender productos o servicios al consumidor y usuario.

3. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 10 y del carácter irrenunciable de los derechos reconocidos al consumidor y usuario en este título, serán válidas las cláusulas contractuales que sean más beneficiosas para el consumidor y usuario.

4. 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.

3.Derechos específicos de los consumidores en las compras a distancia.

Antes de entrar a explicar de forma desglosada los derechos específicos de las personas consumidoras de compras a distancia, debemos contemplar la nueva figura del consumidor vulnerable¹⁷. Este concepto empieza a tener una especial mención en la normativa con la aprobación del **Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica** (en adelante RDL 1/2021), y se trata de una figura que tiene como objetivo que las administraciones públicas puedan proteger mejor a los consumidores que se encuentren en situaciones de indefensión. Esta normativa se ha aprobado en el marco de la pandemia, ya que se considera que la indefensión de los consumidores se ve agravada en algunas ocasiones por el aislamiento social, las restricciones de horarios y las de movilidad. Esta figura tiene especial relevancia en el marco de las compras a distancia porque ha sido pensada para proteger a los colectivos más vulnerables (como son niños, personas mayores, personas con discapacidad funcional, intelectual, cognitiva o sensorial, personas que en general tengan dificultades por falta de accesibilidad a la información, y las personas con bajo nivel de digitalización), de manera que en el marco de las compras a distancia se puede dar en mayor medida la condición de consumidor vulnerable.

La protección que se brinde a este último colectivo de personas va a ser de especial importancia porque serán las medidas que se referirán de forma más directa a las compras a distancia.

Entre las novedades que introduce el RDL 1/2021, encontramos que prevé un desarrollo reglamentario que regule los derechos de las personas consumidoras vulnerables, los cuales gozarán de una especial protección. Se recuerda a lo largo de la normativa la necesidad de que haya comunicación clara, comprensible,

¹⁷ El Real Decreto Ley modifica el artículo 3 del El texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y añade la definición de consumidor vulnerable, que será la siguiente: tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo, aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.

información veraz, eficaz y suficiente para todas las personas, facilitando que los colectivos más vulnerables puedan entenderla y tener acceso a la información sobre las características esenciales de los productos o servicios y los derechos, obligaciones y condiciones de la posible compra.

Consumidor vulnerable podemos llegar a serlo todas las personas en algún momento de la vida como consecuencia de factores externos, a interacciones con el mercado o por dificultad para acceder a una determinada información y entenderla, de modo que no es un concepto estático o inherente a la persona.

Hay que tener en cuenta que todos los derechos de los consumidores, a pesar de que se expliquen de forma separada, se encuentran conectados y se orientan todos ellos a favorecer el comercio internacional y el comercio a distancia, garantizando un nivel de protección elevado a los consumidores, asegurando que tengan acceso a información clara y a una seguridad en el marco de todas las transacciones comerciales a distancia.

3.1. Derecho a información clara y comprensible antes de que el consumidor se vea vinculado por un contrato celebrado a distancia¹⁸.

Este derecho lo encontramos recogido en el artículo 97 de la LGDCU, en el cual se establece cuál es la información precontractual que debe facilitar la empresa a los consumidores en los contratos a distancia. Se regula en el mismo sentido en el artículo 222-2 del CCC¹⁹.

¹⁸ Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Sexta), de 27 de marzo de 2019.

¹⁹ Artículo 222-2 Código de Consumo de Cataluña. 1. Toda propuesta de contratación a distancia debe incluir, de forma clara e inequívoca, información sobre los aspectos siguientes:

- a) La identidad del oferente del bien o servicio.
- b) La identificación de la propuesta de contratación. La falta de respuesta a la propuesta no implica su aceptación.
- c) El procedimiento que es preciso seguir y los requisitos necesarios para formalizar el contrato.
- d) El coste del uso de la técnica de comunicación a distancia, si este es superior a las tarifas básicas del servicio.
- e) La información relativa al bien o servicio que se ofrezca, con la descripción suficiente de la naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso de dicho bien o servicio.

En el artículo 97 de la LGDCU, se establece que esta información se debe poner a disposición del consumidor con anterioridad a que quede vinculado por el contrato a distancia, y que se debe hacer de forma clara y comprensible. El listado de información, indicada en el mencionado artículo, que se debe ofrecer a los consumidores es el siguiente:

- a. Las características principales del bien o servicio.
- b. Identidad del empresario.
- c. Información relativa al establecimiento del empresario (número de teléfono, fax, dirección de correo electrónico ...)
- d. Dirección completa de la sede del empresario con la finalidad de saber a quién dirigir las acciones el consumidor en caso de ser necesario.
- e. Precio total de los bienes o servicios (incluyendo impuestos y tasas) o la forma en que se determinará el precio en caso de que no se pueda determinar por la naturaleza de los bienes. Se debe informar también de los posibles costes adicionales que podrían derivarse de transporte o entrega, o en caso

f) El precio total, de acuerdo con lo establecido por la normativa aplicable. El importe correspondiente a los gastos de entrega debe consignarse de forma separada si estos corren a cargo de la persona consumidora.

g) La modalidad y el plazo máximo de entrega del bien o de ejecución del servicio desde el momento de recepción del pedido. A tal fin, el empresario o empresaria debe enviar a la persona consumidora un acuse de recibo del pedido en el plazo de tres días a partir de la fecha de recepción.

h) La información que el artículo 211-15 establece con relación al derecho de desistimiento, cuando corresponda el derecho de desistimiento a la persona consumidora.

i) El sistema de devolución del bien en caso de falta de conformidad. Debe hacerse constar expresamente que, en este caso, los gastos de devolución corren a cargo del empresario o empresaria.

j) Las modalidades de pago.

k) Las garantías y los servicios posventa.

2. La información a que se refiere el apartado 1 debe suministrarse en un formato adecuado a la técnica de comunicación a distancia utilizada que permita su conservación a la persona consumidora. Se entiende que este derecho se satisface si se entrega un documento informativo en papel o en otro soporte que permita el almacenaje electrónico y la posterior reproducción. Corresponde al empresario o empresaria acreditar el cumplimiento de este precepto.

3. Si la propuesta de contratación se hace por vía telefónica o por medios audiovisuales, debe enviarse la información a la persona consumidora en soporte duradero.

4. En caso de contratación por medios telemáticos, debe identificarse el acceso a la información de modo que no ofrezca dudas a la persona consumidora.

de que no se puedan calcular de antemano, el aviso de que se podrán generar dichos costes.

- f. Coste que se pueda derivar del uso de medios a distancia para celebrar el contrato (si se trata de una tarifa diferente a la básica).
- g. Los procedimientos de pago, envío y entrega y las fechas en que se compromete a realizarlo el empresario, y el tratamiento por parte del empresario de las reclamaciones que puedan derivar de un incumplimiento.
- h. Lengua del contrato (cuando no sea la misma en la que se ofrece la información previa).
- i. Las condiciones, plazo y procedimientos para realizar el desistimiento, y un modelo de formulario para ello.
- j. En el caso de que se pretenda que el consumidor asuma el coste de devolución en caso de desistimiento, se deberá indicar en la información precontractual, así como el coste de ello cuando por su naturaleza no se pueda realizar mediante correo usual.
- k. Demás gastos que deberá abonar al empresario en algunos casos concretos.
- l. En caso de que no se pueda llevar a cabo el derecho de desistimiento por la naturaleza del bien, se deberá indicar también.
- m. Recordatorio de la existencia de la garantía legal de conformidad para los bienes.
- n. Existencia de servicio postventa en el caso de que la haya, y sus condiciones.
- o. Si hay códigos de conducta y cómo conseguirlos.
- p. La duración del contrato si procede.
- q. La duración mínima de las obligaciones del consumidor derivadas del contrato, si procede.
- r. La existencia y condiciones de los depósitos u otras garantías financieras en el caso de que las haya.
- s. La funcionalidad de los contenidos digitales, si procede.
- t. La interoperabilidad relevante, si procede.
- u. Los mecanismos extrajudiciales a los que puede acudir el consumidor en el caso de reclamación y las formas en que puede tener acceso al mismo.

Por lo tanto, la empresa debe poner a disposición del consumidor una gran cantidad de información con anterioridad a quedar vinculado por un contrato con la finalidad de que forme su consentimiento estando informado.

Este derecho se encuentra también regulado en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (en adelante LSSICE). En esta normativa, en su artículo 10 se establece una lista de información que las empresas deben tener a disposición de los consumidores y de los órganos competentes de forma permanente, fácil, directa y gratuita a través de medios electrónicos²⁰. La información mencionada hace énfasis en que sea clara y su

²⁰ LSSICE. **Artículo 10. Información general.**

1. Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información:

a) Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.

b) Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil en el que, en su caso, se encuentren inscritos o de aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad.

c) En el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.

d) Si ejerce una profesión regulada deberá indicar:

1.º Los datos del Colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.

2.º El título académico oficial o profesional con el que cuente.

3.º El Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.

4.º Las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos.

e) El número de identificación fiscal que le corresponda.

f) Cuando el servicio de la sociedad de la información haga referencia a precios, se facilitará información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío.

g) Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

contenido está orientado a poder identificar a las empresas con todas sus características para poder comunicarse con ella o ejercer las acciones que se consideren oportunas²¹.

Encontramos debate entorno al derecho de información en la **Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Tercera) de 5 de julio de 2012**, en la que se trata una petición de decisión prejudicial planteada por los tribunales austríacos. Esta sentencia se pronuncia sobre el artículo 5 de la Directiva 97/7/CE, la cual ya no está en vigor, pero nos da indicaciones sobre la interpretación que se viene dando por parte de los tribunales europeos al contenido del derecho de información. En ella el tribunal se pronuncia sobre la posibilidad o no de la renuncia por parte del consumidor a su derecho de desistimiento en las compras online y bajo qué condiciones, dependiendo de si se considera válida y suficiente la información facilitada por la empresa.

2. La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en el apartado 1.

3. Cuando se haya atribuido un rango de numeración telefónica a servicios de tarificación adicional en el que se permita el acceso a servicios de la sociedad de la información y se requiera su utilización por parte del prestador de servicios, esta utilización y la descarga de programas informáticos que efectúen funciones de marcación, deberán realizarse con el consentimiento previo, informado y expreso del usuario.

A tal efecto, el prestador del servicio deberá proporcionar al menos 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, y
- d) El procedimiento necesario para restablecer el número de conexión previo a la conexión de tarificación adicional.

La información anterior deberá estar disponible de manera claramente visible e identificable.

Lo dispuesto en este apartado se entiende sin perjuicio de lo establecido en la normativa de telecomunicaciones, en especial, en relación con los requisitos aplicables para el acceso por parte de los usuarios a los rangos de numeración telefónica, en su caso, atribuidos a los servicios de tarificación adicional.

²¹ DE LEÓN ARCE, Alicia; GARCÍA GARCÍA, Luz María, *Derecho de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*. T.1. 2ª edición. Valencia, Tirant lo Blanch tratados, 2006, página 226.

El supuesto de hecho principal lo protagoniza la empresa Content Services, que es una empresa inglesa con sucursal en Alemania que ofrece servicios en su página web en alemán (y accesible también desde Austria). Para poder usar la página, los posibles compradores deben rellenar un formulario en el que se deben aceptar las condiciones generales de venta, lo cual incluye la renuncia al derecho de desistimiento, no pudiendo celebrar ningún contrato sin marcar la mencionada casilla de renuncia. La información relacionada con la renuncia del derecho se le hace llegar al consumidor con posterioridad a haber rellenado el formulario en un hipervínculo, por lo tanto, en un formato que puede ser modificado, que no es un soporte duradero y es susceptible de modificación.

En la Directiva 97/7/CE se exigía que la información precontractual se facilitara por escrito o mediante cualquier otro soporte duradero, con la finalidad de que el consumidor la tenga a su disposición en todo momento y pueda tomar decisiones informadas, dándoles así una protección amplia, y teniendo el consumidor la posesión de esa información para que, en caso de que sea necesario, pueda hacer valer sus derechos, tratando de evitar que el hecho de que se celebre el contrato a distancia no implique una disminución de la información que se facilita al consumidor.

El tribunal considera que ese “**soporte duradero**” que exige la normativa para que se considere que la información se ha facilitado de forma correcta y que por lo tanto, el consumidor pueda renunciar a su derecho al desistimiento de manera informada,

debe ser un soporte que “permita al consumidor dirigida personalmente a él, garantice que no se ha alterado su contenido, así como su accesibilidad por un período adecuado, y ofrezca a los consumidores la posibilidad de reprimirlo”. Este mismo enfoque se utilizó también por parte del Tribunal de la Asociación Europea de Libre Comercio en la sentencia de 27 de enero de 2010, Inconsult Anstalt/ Finanzmarktaufsicht²³, en cuanto a la interpretación de soporte duradero.

²² Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 5 de julio de 2012, p. 43, sobre la cuestión prejudicial.

²³ Sentencia del Tribunal de la Asociación Europea de Libre Comercio, de 27 de enero de 2010, Inconsult Anstalt/Finanzmarktaufsicht (E-4/09, EFTA Court Report, p. 86)

Por lo tanto, la reiterada jurisprudencia de tribunales europeos considera que la información que únicamente es accesible para los consumidores a través de un link con las características mencionadas, no se puede considerar un soporte duradero. En una sentencia más reciente, la **Sentencia del Tribunal de Justicia (sala tercera), de 23 de enero de 2019**, se debate también sobre la información precontractual que se facilita a los consumidores, en este caso en la publicidad adjuntada a revistas y periódicos, en relación también al derecho al desistimiento del consumidor, teniendo como base los artículos 6.1. h) y el 8.4 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011²⁴ (en adelante D 2011/83/UE), sobre los derechos de los consumidores, los cuales se pide al tribunal que se interpreten a efectos del caso concreto.

El litigio surge de los siguientes hechos: en 2014 la empresa Walbusch Walter Busch (sociedad alemana) difundió folletos publicitarios en periódicos y revistas, en la que se incluía una tarjeta postal para hacer pedidos. También incluía información sobre el derecho al desistimiento e información de contacto de la empresa, entre ella, la página web de la empresa. En la web se incluía información sobre el derecho a desistimiento y un formulario para ejercer tal derecho.

La asociación de lucha contra las prácticas comerciales desleales Zentrale²⁵ (en adelante Zentrale) consideró que esos folletos eran desleales por no adjuntar el modelo de formulario de desistimiento, por lo que interpuso una demanda en los correspondientes tribunales alemanes, llegando el caso hasta el Tribunal Supremo de lo Civil y Penal de Alemania²⁶ en recurso de casación.

En el Tribunal Superior Regional de lo Civil y Penal de Düsseldorf²⁷ se consideró que el folleto carecía de las indicaciones sobre las condiciones, plazo y procedimiento para ejercer el derecho al desistimiento, además de la falta del modelo de formulario de desistimiento.

²⁴ 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.

²⁵ Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV, asociación de lucha contra las prácticas comerciales desleales.

²⁶ Bundesgerichtshof.

²⁷ Oberlandesgericht Düsseldorf.

Los tribunales alemanes consideraron finalmente que se podían seguir dos enfoques en el caso, es decir, en referencia al artículo 8.4 de la D 2011/83/UE, sobre el alcance del deber de información al consumidor cuando se usa una técnica de comunicación a distancia en que el espacio o el tiempo para facilitar la información son limitados, que son los siguientes:

El primer enfoque, considera que se aplica el artículo 8.4 de la D 2011/83/UE si la técnica de comunicación a distancia tiene una naturaleza que ofrece únicamente un espacio o un tiempo limitados. Por lo que un anuncio en prensa podría únicamente hacer referencia a la existencia del derecho de desistimiento, mientras que un folleto que puede ampliar las páginas (este era de 6 páginas), debería siempre facilitar toda la información relativa al derecho de desistimiento.

El segundo enfoque, considera que es decisiva la articulación concreta de la técnica de comunicación a distancia por el comerciante, y que la excepción del artículo 8.4 se podría aplicar cuando la presentación de la información de forma exhaustiva sobre el derecho y el procedimiento de desistimiento pudiera ocupar una parte importante del soporte publicitario, y toma como ejemplo más del diez por ciento de la superficie de la publicidad.

Por tanto, lo que se pedía al Tribunal de Justicia de la Unión Europea (en adelante TJUE) era que se pronunciase sobre cuál de los dos enfoques debía tenerse en consideración.

El TJUE se pronuncia recordando que la D 2011/83/UE pretende permitir que los consumidores disfruten de una protección amplia, confiriéndoles derechos en materia de contratos a distancia para que no tengan una protección inferior a la que se tiene en los contratos celebrados entre presentes, y evitar así que la utilización de técnicas a distancia dé lugar a una disminución de la información facilitada al consumidor.

También tiene en cuenta el considerando 36 de la Directiva, en el que se establece que es preciso adaptar los requisitos de información para tener en cuenta las restricciones técnicas de determinados medios de comunicación, en los que el comerciante debe respetar un conjunto mínimo de requisitos de información y

remitir al consumidor a otra fuente de información en la que pueda acceder a la información pertinente de forma fácilmente accesible²⁸.

El Tribunal finalmente pone de relieve que es necesario, en primer lugar, constatar que la técnica de comunicación a distancia es limitada en cuanto al espacio o el tiempo, y en el caso de que sí que lo sea, entonces se debe constatar que se ha facilitado al consumidor a través de otro medio la información necesaria, de forma que es posible que debido a la limitación del medio inicial, la información se de en otro medio que esté indicado de forma clara y comprensible al consumidor y que sea fácilmente accesible a ella, incluyendo el modelo de formulario de desistimiento. Posteriormente, en la **Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Sexta) de 14 de mayo de 2020**, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea concretó de nuevo la delimitación del derecho de información a partir del planteamiento de una cuestión prejudicial.

La cuestión pide que se interprete el artículo 6.1. c) y h) y el 6.4 de la D 2011/83/UE, por tal de que se concrete el alcance de la información que debe facilitar el comerciante en cuanto a las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de desistimiento.

Esta cuestión nace en relación con el proceso entre dos empresas alemanas²⁹, en la que una de ellas solicita que la otra cese en la práctica comercial consistente en omitir en su sitio de internet su número de teléfono dentro de la información relativa al derecho de desistimiento del consumidor, ya que la empresa demandada (EIS en adelante) incluía su número de teléfono en la información legal del sitio de internet, pero no en el modelo de documento de información al consumidor sobre el desistimiento.

Uno de los argumentos que expone la defensa es que al no celebrar EIS contratos por teléfono, no estaría obligada a poner a disposición del consumidor un número de teléfono para permitirle alegar el derecho de desistimiento con respecto a los contratos celebrados a distancia.

²⁸ Sentencia del Tribunal de Justicia (sala tercera), de 23 de enero de 2019, p. 37.

²⁹ Las empresas implicadas en el proceso son EIS GmbH, que es una empresa alemana de venta en línea y la demandada en el proceso, y TO, una persona física alemana que ejerce una actividad mercantil y es competidora de la primera y la parte demandante.

El tribunal se pronuncia explicando que debe interpretarse en el sentido de que el comerciante que facilita al consumidor, antes de que este quede vinculado por cualquier contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento, la información relativa a los procedimientos para ejercer el derecho de desistimiento, recurriendo para ello al modelo de documento de información al consumidor sobre el desistimiento que figura en dicho anexo I, letra A, está obligado a mencionar un número de teléfono para que dicho consumidor pueda comunicarle su eventual decisión de hacer uso de dicho derecho.³⁰

En esta aclaración, el tribunal recuerda que en base al artículo 6. 1. c), es necesario que “ a n d e q u e el consumidor quede vinculado por cualquier contrato a distancia, el comerciante debe facilitar de forma clara y comprensible información relativa a la dirección geográfica del establecimiento del comerciante y el **número de teléfono**, número de fax y dirección de correo electrónico del mismo, con objeto de que el consumidor pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz, así como, cuando proceda, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya c u e n t a ³¹ l. a c t ú a ”

Por lo tanto, en esta sentencia el tribunal establece que en el caso de que el comerciante disponga de un número de teléfono, es obligatorio que lo ponga a disposición de los consumidores a efectos de que puedan comunicar la decisión de ejercer el derecho a desistimiento o informarse de forma rápida y ágil con el comerciante; pero sin embargo, aclara que este precepto no implica la obligación hacia el comerciante de disponer de un número de teléfono, lo que significa que si no lo tiene, no se le obliga a que se haga con uno.

Por tanto, el derecho de información es un derecho con contenido muy variado, diverso y complejo sobre el que existen numerosas pronunciations judiciales y que se acostumbra a interpretar de forma amplia, favoreciendo así que el consumidor tenga toda la información posible de manera clara y entendedora.

³⁰ Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Sexta) de 14 de mayo de 2020, punto 28.

³¹ Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Sexta) de 14 de mayo de 2020, punto 29.

3.2. Derecho a elegir el método de pago

Actualmente, es el derecho a elegir el método de pago sin que implique ningún coste adicional el uso de un método de pago específico. Es decir, ningún método de pago de entre los que se ofrezcan como disponibles podrá ser sinónimo de cargos adicionales para el consumidor. Este derecho lo encontramos regulado en el artículo 60 ter de la LGDCU.

La Agencia Catalana de Consumo establece en referencia al pago en las compras a distancia un listado³² de opciones, que son las siguientes:

- Contra reembolso.
- Con tarjeta, que puede ser de prepago o de crédito/ débito.
- Desde el teléfono móvil.
- Pasarelas de pago seguro, poniendo como ejemplo Paypal y definiéndose como “*plataintermediaria*” entre el cliente, su banco y la empresa de venta en línea”.
- Por transferencia bancaria.
- Domiciliación bancaria.

En lo referente a la normativa de la UE el derecho a elegir el método de pago se ha venido regulando a través de directivas³³, las cuales pusieron un límite específico al recargo que los minoristas pueden cobrar a sus clientes por el uso de determinados medios de pago, tal y como se recuerda en el preámbulo de la Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, sobre servicios de pago en el mercado interior y por la que se modifican las Directivas 2002/65/CE, 2009/110/CE y el Reglamento (UE) nº 1093/2010 y se deroga la Directiva 2007/64/CE (en adelante Directiva de Servicios de Pago).

Esta normativa actual se ve complementada con el Reglamento (UE) 2015/751 sobre las tasas de intercambio aplicadas a las operaciones de pago con tarjeta, el

³² <http://consum.gencat.cat/es/el-consum/modalitats-de-compra/compres-a-distancia/> consultado el 06/03/2021

³³ Directiva 2007/64/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, el Reglamento (CE) nº 924/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, la Directiva 2009/110/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, y el Reglamento (UE) nº 260/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo. La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo

cual tiene como objetivo establecer unos límites máximos aplicables a las tasas de intercambio, lo que actúa de forma tuitiva hacia los consumidores.

Se trata de un derecho sobre el que se puede prever que habrá más legislación e interpretaciones jurisprudenciales en los próximos años debido a la llegada y consolidación del uso de criptomonedas³⁴.

3.3. Derecho a copia del contrato.

El derecho a copia del contrato se halla establecido en el artículo 98.7 de la LGDCU, y tiene la finalidad de que todos los elementos más relevantes del contrato queden plasmados en un documento al que tengan acceso ambas partes, con tal de que se pueda tener prueba documental en el caso de que surjan discrepancias o se tenga que impugnar un incumplimiento.

El mencionado artículo establece que “ el empresario deberá facilitar al consumidor la confirmación del contrato celebrado en un soporte duradero y en un plazo razonable después de la celebración del contrato a distancia³⁵”, y como muy tarde en el momento de entrega de los bienes.

En esa confirmación se deberá incluir toda la información que se establece en el artículo 97.1, es decir, la información precontractual ya nombrada anteriormente, a no ser que se hubiese facilitado con anterioridad a la celebración del contrato dicha información en un soporte de las mismas características, un soporte duradero.

Soporte duradero se encuentra definido en el Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores (en adelante RDL 7/2021), con el que se modifica el artículo 59 bis de la LGDCU. En el mencionado RDL se define como “ todo instrumento que el empresario a la hora de almacenar información que se le haya dirigido personalmente de forma que en el

³⁴ Podemos ver algunas normativas recientes que regulan su uso en referencia a perseguir el blanqueo de capitales, como el RDL 7/2021, pero se trata todavía de normativa sin interpretación jurisprudencial y que no abarca todo el posible uso de las criptomonedas.

³⁵ Artículo 98.7 LGDCU

futuro pueda consultarla durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros tiene la consideración de soporte duradero, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos, así como los mensajes SMS.

Entre esa información es imprescindible que se incluya, además de la información precontractual ya mencionada, la dirección postal del establecimiento del empresario donde el consumidor y usuario pueda presentar sus reclamaciones y notificaciones, la información relativa a los servicios de asistencia técnica u otros servicios postventa y sobre las garantías de los productos ofrecidos, y las condiciones para la denuncia del contrato, en caso de celebración de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año³⁶.

También deberá contener, cuando proceda, la confirmación del previo consentimiento expreso del consumidor y usuario y del conocimiento por su parte de la pérdida del derecho de desistimiento de conformidad con el artículo 103. m). es decir, en el caso de los suministros de contenido digital que no se presenten en un soporte material.

La consecuencia de que no se facilite la copia del contrato conforme lo establecido en el artículo 98 LGDCU, será que el contrato podrá ser anulado a instancia del consumidor por vía de acción o excepción³⁷. La carga de la prueba de que se ha cumplido con la obligación de facilitar la copia la tiene el empresario, tal y como se establece en el apartado tercero del artículo 100 LGDCU.

Este derecho se ve materializado en la obligación por parte del vendedor de confirmar la transacción, tal y como se establece en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información en su artículo 28. En el mencionado artículo se establece que esta confirmación de la recepción de la aceptación se puede hacer a través de dos medios:

- Por correo electrónico o cualquier otro medio de comunicación electrónica equivalente a la dirección que haya señalado la otra parte en las 24 horas siguientes a la recepción de la aceptación.

³⁶ ACEDO PENCO, Ángel. *Derecho de consumo, análisis jurídico. privado de la ley general para la defensa de los consumidores de 2007*. Editorial Dykinson, Madrid, 2012. Página 151.

³⁷ Artículo 100 de la LGDCU, consecuencias del incumplimiento.

- La confirmación por un medio equivalente al que se haya realizado la compra, tan pronto como el aceptante haya completado dicho procedimiento, con la condición de que la confirmación pueda ser guardada por parte del destinatario; es decir, a través de la web mediante la cual se ha realizado la transacción en una versión que se pueda guardar o imprimir [vid. Supra. Apartado 3.1.]

3.4. Derecho a que se le entregue el bien en el plazo establecido

El consumidor tiene el derecho a que se le entregue el bien en el plazo establecido, y en defecto de pacto este tiempo no deberá ser superior a los 30 días naturales desde la celebración del contrato, que a efectos de este derecho será desde el momento en que el consumidor prestó su consentimiento³⁸. Este derecho se establece en el artículo 18 de la Directiva 2011/83/UE, y en el artículo 109 de la LGDCU.

En el caso de que a la empresa no le sea posible cumplir el plazo pactado o el establecido en la ley por no tenerlo disponible, deberá informar al consumidor y reembolsar el coste sin demoras indebidas (más el coste que ya hubiese pagado el consumidor por los gastos de envío) en el caso que así sea querido por el consumidor, ya que si no es urgente puede decidir esperar más tiempo; y en el caso de que se produzca este retraso injustificado, el consumidor podrá reclamar que se le pague el doble de lo que se le debe (más los daños y perjuicios que puede reclamar en caso de haberlos)³⁹.

Si la empresa no dispusiera del bien en cuestión, se puede haber informado con anterioridad al consumidor, y en ese caso se podría suministrar un bien de características similares con la misma o superior calidad, sin costes adicionales ni ningún tipo de aumento del precio.

En este caso, tal y como se establece en el artículo 111 sobre la sustitución del bien o servicio contratado a distancia de la LGDCU, los consumidores tendrán derecho a desistimiento y resolución en los mismos términos que en el caso de que se hubiese entregado el bien o servicio que se había requerido inicialmente.

³⁸ Artículo 109 LGDCU. Ejecución del contrato a distancia.

³⁹ Artículo 110 LGDCU. Falta de ejecución del contrato a distancia.

Anteriormente (en el texto original de 2007) en estas situaciones se establecía que no podían ser exigibles los costes directos de la devolución, pero con la modificación de la normativa se eliminó este derecho de los consumidores.

En cuanto a los contratos que tengan como objeto suministros de contenidos o servicios digitales que no se presten en soporte material, es importante que tengamos en cuenta la nueva redacción del artículo 66 bis, modificada por el RDL 7/2021, que añade que el empresario deberá suministrar al consumidor los contenidos o servicios digitales sin demora indebida tras la celebración del contrato, por lo que vemos que el tratamiento de estos es distinto al de los bienes materiales que precisan de un envío físico.

En el mismo artículo se explica en qué circunstancias se entenderá que el empresario ha cumplido con su obligación de suministro:

- a. Cuando el contenido digital o cualquier medio adecuado para acceder al contenido digital o descargarlo sea puesto a disposición del consumidor o usuario o sea accesible para él o para la instalación física o virtual elegida por el consumidor o usuario para ese fin.
- b. Cuando el servicio digital sea accesible para el consumidor o usuario o para la instalación física o virtual elegida por el consumidor o usuario a tal fin⁴⁰.

Se establece también el derecho del consumidor o usuario⁴¹ a resolver el contrato si se da una de las dos siguientes situaciones:

- Que el empresario exprese que no suministrará los contenidos o servicios digitales, o se desprenda de manera clara de sus actuaciones.
- Que se haya pactado o se pueda desprender de manera clara de sus actuaciones que para el consumidor es algo esencial que la entrega o el suministro se lleve a cabo en la fecha pactada o antes de esta⁴².

⁴⁰ Artículo 66 bis LGDCU modificada por el RDL 7/2021.

⁴¹ En el mismo artículo 66 bis LGDCU, en su apartado 3, modificada por el RDL 7/2021.

⁴² Apartado b del 66 bis apartado 3: Las partes hayan acordado o así se desprenda claramente de las circunstancias que concurran en la celebración del contrato, que para el consumidor o usuario es esencial que la entrega o el suministro se produzca en una fecha determinada o anterior a esta. En el supuesto de tratarse de bienes, dicho acuerdo debiera haberse producido antes de la celebración del contrato.

3.5. Derecho a probar e inspeccionar el bien.

Derecho a probar e inspeccionar el bien que ha comprado en la medida suficiente que le permita determinar la naturaleza, las características y el buen funcionamiento del bien. Este derecho está relacionado de forma directa con el siguiente derecho (vid. Infra. Apartado 3.6), el derecho al desistimiento, ya que es una posible consecuencia del derecho a probar e inspeccionar el bien.

Los productos y servicios, por lo tanto, deben ser conformes con lo establecido en el contrato, siguiendo el principio de conformidad. Son conformes cuando se cumplen todos los requisitos del artículo 115 bis y ter de la LGDCU (de acuerdo con la modificación de la LGDCU por el RDL 7/2021, hasta este momento todos los requisitos se encontraban en el 116.1 LGDCU, pero con esta modificación se dividen en dos, entre los requisitos subjetivos y los requisitos objetivos para la conformidad), que son los que se nombran a continuación, a no ser que, por las circunstancias del caso concreto, tal y como recuerda RODRÍGUEZ MARÍN, C,

“ no fuere posible aplicar algunos de ellos derechos atribuidos al comprador en sede de conformidad legal sobre los productos adquiridos ”⁴³

Se ajusten a la descripción realizada por el vendedor y posean las cualidades del producto que el vendedor haya presentado al consumidor y usuario en forma de muestra o modelo.

Sean aptos para los usos a que ordinariamente se destinen los productos del mismo tipo. El legislador concreta también que deben ser aptos para los fines específicos para los que el consumidor o usuario los necesite y que este haya puesto en conocimiento del empresario como muy tarde en el momento de la celebración del contrato, y respecto de los cuales el empresario haya aceptado su aceptación. Es decir, que sea apto para el uso especial que hayan pactado entre las partes. Este añadido muestra la relevancia de los contratos de consumo más especializados entre consumidor y empresario.

⁴³ RODRÍGUEZ MARÍN, Concepción. “ El principio de consumo: garantías ” *Revista Doctrinal Aranzadi Civil/Mercantil*, número 9/2011, página 5.

Ser entregados o suministrados junto con todos los accesorios, instrucciones, también en materia de instalación o integración, y asistencia al consumidor o usuario en caso de contenidos digitales según disponga el contrato. Este apartado se puede relacionar en la práctica con la iniciativa de Apple de no incluir el cargador en uno de sus últimos modelos de iPhone alegando un beneficio para el medio ambiente⁴⁴, de modo que vemos como en este caso la legislación pretende adelantarse a futuras prácticas en esta línea.

Ser suministrados con actualizaciones, en el caso de los bienes, o ser actualizados, en el caso de contenidos o servicios digitales, según se establezca en el contrato en ambos casos.

Presenten la calidad y prestaciones habituales de un producto del mismo tipo que el consumidor y usuario pueda fundadamente esperar, habida cuenta de la naturaleza del producto y, en su caso, de las declaraciones públicas sobre las características concretas de los productos hechas por el vendedor, el productor o su representante, en particular en la publicidad o en el etiquetado.

Respecto este último punto, el nuevo artículo 115 ter añade que en el caso de las compras con elementos digitales o de suministro de contenidos o servicios digitales, el empresario deberá velar para que al consumidor se le comuniquen y suministren las actualizaciones correspondientes durante un tiempo determinado⁴⁵.

El vendedor, tal y como indica el mencionado artículo, no quedará obligado por tales declaraciones públicas si demuestra que desconocía y no cabía

⁴⁴ En este caso la multinacional ha sido multada en Brasil en relación al lanzamiento del mencionado modelo de móvil, tanto por publicidad engañosa (ya que no es cierto que sea resistente al agua), como por el hecho de que a pesar de no incluir el cargador, accesorio principal, el precio del móvil no fue bajado.

⁴⁵ a) Aquel que el consumidor o usuario pueda razonablemente esperar habida cuenta del tipo y la finalidad de los bienes con elementos digitales o de los contenidos o servicios digitales, y teniendo en cuenta las circunstancias y la naturaleza del contrato, cuando el contrato establezca un único acto de suministro o una serie de actos de suministro separados, en su caso. b) Aquel en el que deba suministrarse el contenido o servicio digital con arreglo al contrato de compraventa de bienes con elementos digitales o al contrato de suministro, cuando este prevea un plazo de suministro continuo durante un período de tiempo. No obstante, cuando el contrato de compraventa de bienes con elementos digitales prevea un plazo de suministro continuo igual o inferior a tres años, el período de responsabilidad será de tres años a partir del momento de la entrega del bien.

razonablemente esperar que conociera la declaración en cuestión, que dicha declaración había sido corregida en el momento de celebración del contrato o que dicha declaración no pudo influir en la decisión de comprar el producto.

A estos requisitos esenciales se le suma el hecho de que a un producto le puede faltar la conformidad si el vendedor realiza una instalación incorrecta cuando esta instalación estuviese incluida en el precio acordado. Para poder probar esto, es importante que se pida que se especifique en la factura que se incluye la instalación en el precio.

Por lo tanto, estos requisitos son de naturaleza tanto objetiva como subjetiva, porque hace referencia tanto a la calidad y el uso como a los pactos y compromisos que hayan realizado las partes respecto a las características del producto.

Este derecho se contempla respecto a todo tipo de contratos de consumo, pero adquiere una mayor importancia en las compras a distancia con motivo de la falta de contacto previo a la perfección del contrato con el producto.

3.6. Derecho de desistimiento.

Este derecho implica que la persona consumidora tendrá 14 días naturales⁴⁶ para desistir del contrato a distancia, sin necesidad de especificar motivo y sin incurrir en ningún coste, tal y como se indica en el artículo 102 LGDCU (excepto los que se especifiquen en los artículos 13.2 y 14 de la directiva 2011/83). Se fundamenta en el hecho de que el consumidor no tiene la posibilidad de ver de forma física el producto antes de la celebración del contrato, a diferencia de lo que sucedería en caso de realizarse la compra en el establecimiento del vendedor. Es por ello que las cláusulas que impongan al consumidor una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento o la renuncia serán nulas⁴⁷.

La finalidad de este derecho es que se comprueben las condiciones del mismo modo que se podría hacer en un establecimiento mercantil, por lo que el uso que se haya hecho de ese producto debe ser equivalente al que se podría hacer en una tienda física (con cuidado), por ejemplo, probarse unas prendas de ropa, no llevarlas

⁴⁶ Este plazo no podrá ser interrumpido ni suspendido con la finalidad de dar mayor seguridad jurídica, y evitando la incertidumbre de días hábiles o no hábiles en los distintos países del mundo.

⁴⁷ Artículo 102.2 LGDCU.

puestas. Es por este motivo -ofertado al público- el periodo de reflexión⁴⁸.

Hay excepciones a esto, cuando el derecho al desistimiento resulte inadecuado por la naturaleza especial de los productos obtenidos. Entre estas excepciones encontramos “ a q u e s u m i n i s t r o s d e b i e n e s p r e c i n t a d o s q u e n o s e a n a p t o s p a r a s e r d e v u e l t o s p o r r a z o n e s d e p r o t e c c i ó n d e l a s a l u d o d e h i g i e n e y q u e h a y a n s i d o d e s p r e c i n t a d o s t r a s l a e n t r e g a ”

Otras de las excepciones al derecho de desistimiento se establecen en una lista en el artículo 103 LGDCU, y en su mayoría son debido a la naturaleza del bien o servicio, y son las siguientes:

Servicios que hayan sido completamente ejecutados.

El suministro de bienes o la prestación de servicios que tengan un precio que dependa de fluctuaciones del mercado financiero y que puedan producirse durante el periodo de desistimiento.

Suministro de bienes personalizados.

Bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez.

Bienes precintados por razones de protección de la salud o la higiene que hayan sido desprecintados con posterioridad a la entrega.

Bienes que por su naturaleza se hayan mezclado después de la entrega de forma indisoluble con otros bienes.

Bebidas alcohólicas que no puedan ser entregadas antes de 30 días y que el valor real dependa de fluctuaciones del mercado.

En el caso de que como consecuencia de una reparación o mantenimiento se suministren bienes distintos de los necesarios estrictamente, estos tendrán un derecho de desistimiento nuevo, aplicable a los servicios o bienes adicionales.

El suministro de grabaciones sonoras o de vídeo precintadas o de programas informáticos precintados que hayan sido desprecintados por el consumidor después de la entrega.

⁴⁸ GARCÍA RODRÍGUEZ, Manuel. Hora de Tg x Lavabóhr Afk e i ó Consumidores y Usuarios. Número 3, noviembre 2018. Vlex.

⁴⁹ Artículo 16. e) Directiva 2011/83.

Prensa diaria, publicaciones periódicas o revistas (no aplicable al contrato de suscripción).

Contratos hechos mediante subastas públicas.

El servicio de alojamiento para fines distintos de vivienda, transporte de bienes, alquiler de vehículos, comida o servicios relacionados con actividades de esparcimiento si prevén una fecha o un periodo de ejecución específicos.

Contenido digital que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado, sabiendo el consumidor que dando su consentimiento para que empiece pierde el derecho de desistimiento.

El plazo para ejercer el derecho al desistimiento empieza a contar, en el caso de los contratos de servicios, a partir del día de celebración del contrato, y en el caso de bienes, el día que el consumidor adquiera posesión material de los bienes, es decir, a partir del día en que lo recibe él o un tercero designado.

En el caso de que se trate de la entrega de múltiples bienes que se hayan encargado juntos, se empezará a contar a partir del día en que se reciba el último de los componentes o bienes, y en el caso de contratos para entrega periódica de bienes, cuando se adquiera posesión material del primero de los bienes.⁵⁰

El artículo 105 LGDCU establece un derecho en favor del consumidor para los casos en que el empresario no facilite la información sobre el derecho de desistimiento, haciendo que en estos casos el derecho se amplíe a los doce meses después de la fecha de expiración del periodo de desistimiento inicial (el que establece el artículo 104); y si se facilita con posterioridad pero dentro de esos doce meses, el plazo vencerá a los catorce días naturales a partir del día en que el consumidor reciba la información.

Los efectos de que el consumidor en el plazo indicado comunique al empresario su decisión de desistir del contrato, son el surgimiento de unas obligaciones y derechos, tanto para el empresario como para el consumidor, que se encuentran recogidas en los artículos 107 y 108 LGDCU.

Esta comunicación se rige por el principio de libertad de forma, de modo que hay varias formas posibles para que el consumidor ejerza su derecho, como pueden ser

⁵⁰ Artículo 104 LGDCU.

el envío del formulario de desistimiento rellenado o la devolución de los bienes con la indicación del deseo de desistir del contrato.

Por su parte, el empresario estará obligado a reembolsar todo el pago, incluyendo los costes de entrega, y lo debe hacer sin demoras indebidas, y antes de que hayan transcurrido 14 días naturales desde la fecha en que haya sido informado de la decisión de desistimiento del contrato del consumidor. Para ello deberá usar el mismo medio de pago que emplease el consumidor para hacer el pago inicial (a no ser que el consumidor especifique lo contrario).

El apartado tercero de este artículo 107 establece una prerrogativa del empresario, que es que este podrá retener el reembolso hasta haber recibido los bienes, o hasta que el consumidor presente prueba de que ha realizado la devolución.

Respecto a las obligaciones de los consumidores, el artículo 108 LGDCU indica que deberá entregarlos al empresario o a la persona autorizada por este sin ninguna demora indebida en el plazo de 14 días naturales a partir de la comunicación de la decisión de ejercitar el derecho de desistimiento.

Los **costes de la devolución** los tendrá que soportar el consumidor si así se ha informado antes de la formalización del contrato, en caso contrario los deberá asumir la empresa.

El mencionado artículo 108 establece también varios escenarios posibles:

- En el caso de que por la naturaleza de los bienes no puedan ser devueltos por correo, será el empresario quien recogerá a su cargo los bienes en el domicilio del consumidor.
- A raíz de este derecho puede surgir la duda de sobre quién recaerá la responsabilidad de la disminución de valor de los bienes como consecuencia de ya haber sido utilizados. La ley en este supuesto establece que únicamente recaerá sobre el consumidor en el caso de que esa disminución sea consecuencia de un mal uso o de un uso distinto al necesario para establecer su naturaleza, características o funcionamiento.
- Cuando el desistimiento se ejerza cuando ya se haya iniciado el servicio, deberá abonar al empresario la parte proporcional a la parte ya prestada del servicio.

Sobre este derecho encontramos que hay jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (**Sentencia de la sala sexta, de 27 de marzo de 2019**), en el que se discute sobre el derecho al desistimiento en relación con la compra de un colchón, por tanto, se debate sobre qué bienes pueden quedar excluidos del derecho de desistimiento por su naturaleza. En este caso, la empresa que lo vendió alega que se trata de una de las excepciones que no puede ser devuelta por motivos de salud e higiene ya que, además, tal información estaba incluida en sus condiciones generales de venta. El cliente recibió el colchón precintado y lo desprecintó, y con posterioridad decidió que quería hacer uso de su derecho al desistimiento, por lo que realizó el envío, haciéndose cargo de los costes. Más adelante, hizo la demanda en la que solicitaba que se le hiciese el reembolso del dinero del colchón más los costes de transporte (más intereses y costas). Esta demanda fue estimada en los tribunales de primera instancia alemanes y confirmados en apelación. Se puso recurso de casación ante el Tribunal Superior Alemán de lo civil y penal (Bundesgerichtshof) y este órgano consideró que el artículo 16.e) de la directiva 2011/83 solo excluye el derecho de desistimiento si la retirada del precinto da lugar a la imposibilidad definitiva de vender el bien por razones de protección de la salud o de higiene, como en el caso de determinados productos cosméticos o artículos de higiene⁵¹. I que conforme a la reiterada jurisprudencia del TJUE se considera que se tiene que aplicar de manera restrictiva las excepciones al derecho al desistimiento, y dado que se considera que un colchón no deja de ser válido para la venta por el mero hecho de que se haya desprecintado, no se podría aplicar dicha excepción. Debido a las dudas resultantes, el tribunal decidió plantear las cuestiones prejudiciales para que el TJUE aclarase qué bienes en concreto están excluidos del derecho al desistimiento por motivos de higiene y de salud, y en qué condiciones debe dar la información el vendedor.

En respuesta a esta cuestión prejudicial, el TJUE responde explicando que a pesar de que los preceptos de la directiva no especifican qué bienes son aquellos que se excluyen, se tiene que estar a la finalidad de la directiva, que es establecer un equilibrio adecuado entre un elevado nivel de protección de los consumidores y la competitividad de las empresas; y teniendo en cuenta el ejemplo de los colchones

⁵¹ Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Sexta), de 27 de marzo de 2019.

de hotel, un colchón no deja de estar en condiciones de ser utilizado por el simple hecho de quitarle el precinto, por lo que no resultaría de aplicación la excepción del artículo 16 de la Directiva.

Además, cuando se ejercita este derecho debemos tener en cuenta, que tal y como establece el artículo 14⁵² de la Directiva 2011/83, y se recuerda en la citada sentencia, los **costes de devolución** los deberá soportar el consumidor si así lo ha establecido en las condiciones contractuales el vendedor, y en caso de que no lo haya hecho, los costes los soportará el vendedor.

3.7. Derecho a reparación o sustitución del bien, servicios postventa.

En relación al derecho de inspeccionar y probar el bien, puede surgir que este requiera una sustitución o reparación, que el vendedor deberá llevar a cabo, y esto implicará una obligación para el consumidor, que es la **obligación de poner a disposición del vendedor el bien en cuestión**.

Cuando hay falta de conformidad acerca de los bienes y se deba subsanar (ya sea mediante reparación o sustitución), la nueva Directiva (UE) 2019/ 771, del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes (en adelante DCCB), establece que el consumidor deberá poner el bien a disposición del vendedor con la finalidad de que este lo subsane (art. 14.2), pero no establece el lugar en el que debe cumplir la obligación, por lo que, tal y como indica IZQUIERDO GRAU, Guillem⁵³, esta cuestión dependerá del derecho nacional, y se tomará en consideración la jurisprudencia del TJUE.

El derecho nacional que regula la mencionada cuestión es el Código Civil en su artículo 1171 CC, que establece tres criterios:

⁵² Artículo 14, párrafo segundo de la Directiva 2011/83: El consumidor solo soportará los costes directos de devolución de los bienes, salvo si el comerciante ha aceptado asumirlos o no ha informado al consumidor de que le corresponde asumir esos costes.

⁵³ IZQUIERDO GRAU, Guillem, “ Los gastos de envío y el lugar para poner los bienes a disposición del consumidor para p *La ley digital*, nº8 de octubre de 2020, septiembre de 2020.

- 1) el lugar que acuerden las partes. Para determinar si esta cláusula que se pacte es abusiva o no, debemos tener en cuenta los criterios establecidos en la sentencia del TJUE C-52/2018 Christian Fulla and Toolport GmbH en la que se estableció que la obligación del consumidor dependerá de varios factores que se deberán tener en cuenta, entre los que se encontrarán la naturaleza de los bienes y la finalidad de los bienes para esos consumidores, así como el inconveniente que implicará el envío por parte de estos consumidores. Por lo que la cláusula puede ser abusiva si implica un inconveniente excesivo al consumidor por razón de la naturaleza del bien.
- 2) las circunstancias del contrato y la naturaleza de la prestación (a falta de acuerdo entre las partes).
- 3) el lugar del domicilio del deudor, o en el lugar en el que se encuentre el bien defectuoso cuando se aprecie la falta de conformidad⁵⁴.

Los gastos que puedan implicar el hecho de poner el bien a disposición del vendedor, la DCCB no establece quién debe soportarlos, pero considerando los criterios establecidos en la mencionada doctrina del TJUE, se debería adoptar una solución que respete los intereses de ambas partes, de forma que se podría pactar que se repartiese el coste de los gastos de envío.

Tal y como señala Izquierdo en su artículo, en el caso de que los costes debiesen correr por cuenta del consumidor en todo caso, podría implicar la obligación de correr un riesgo excesivo, además de un desincentivo para ejercer sus derechos, es por ello que es preferible que se repartan los gastos o los asuma la parte con mayor poder, en este caso el vendedor.

Debemos tener en cuenta que esta reparación se deberá hacer siguiendo los requisitos establecidos en el artículo 14.1 DCCB, que indica que deberá ser de forma gratuita, dentro de un plazo razonable, y sin causar mayores inconvenientes al consumidor.

El derecho a la reparación se encuentra regulado también en la LGDCU en los artículos 118 hasta el 124. En estos artículos se establece que el consumidor tendrá derecho a la reparación, sustitución, rebaja del precio o a la resolución del contrato.

⁵⁴ IZQUIERDO GRAU, Guillem, “Los gastos de envío y poner los bienes a disposición del consumidor para p...”, *La ley digital*, n.º 8, de 11 de septiembre de 2020.

En el artículo 120 se regula el régimen jurídico de la reparación o sustitución, de modo que establece siete reglas a las que se tendrán que ajustar la reparación y la sustitución:

- No pueden tener coste para el consumidor.
- Se deben realizar en un plazo razonable teniendo en cuenta la naturaleza de cada producto y la finalidad que cumplen en cada caso.
- La reparación suspende el cómputo de plazos.
- Si después de la reparación sigue siendo no conforme, el consumidor puede exigir la sustitución, la rebaja del precio⁵⁵ o la resolución del contrato.
- La sustitución suspende los plazos hasta que se entrega el nuevo bien.
- Si la sustitución no es eficaz, puede exigir reparación, rebaja del precio o resolución del contrato.
- La sustitución no se puede pedir en casos de productos no fungibles ni de segunda mano.

También se regula el mencionado derecho en la nueva redacción del artículo 127 bis⁵⁶, en el que se establece que “en los p
consumidor y usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de diez años a partir de la fecha en que el producto deje de f a b r i ~~Hasta la~~ modificación realizada por el Real

⁵⁵ En el caso que se elija la rebaja del precio se llevará a cabo siguiendo los criterios establecidos en el artículo 122 LGDCU, que establece lo siguiente: la rebaja del precio será proporcional a la diferencia existente entre el valor que el producto hubiera tenido en el momento de la entrega de haber sido conforme con el contrato y el valor que el producto efectivamente entregado tenía en el momento de dicha entrega.

⁵⁶ LGDCU **Artículo 127 bis. Reparación y servicios posventa.**

1. En los productos de naturaleza duradera, el consumidor y usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse.

2. Queda prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones y cargar por mano de obra, traslado o visita cantidades superiores a los costes medios estimados en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los distintos conceptos. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

3. La acción o derecho de recuperación de los productos entregados por el consumidor y usuario al empresario para su reparación prescribirá a los tres años a partir del momento de la entrega. Reglamentariamente, se establecerán los datos que deberá hacer constar el empresario en el momento en que se le entrega un objeto para su reparación y las formas en que podrá acreditarse la mencionada entrega.

Decreto- Ley 7/2021, este plazo mínimo era de 5 años, por lo que se ha visto ampliado en cinco años más. Además, en el mismo artículo, en su apartado segundo se prohíbe que se incrementen los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones y cargar por mano de obra, traslado o visita cantidades superiores a los costes medios estimados en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los distintos conceptos, y se menciona que la lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

Además, a partir del 1 de marzo del 2021 entra en vigor la ley aprobada por el Parlamento Europeo el 25 de noviembre de 2020 de la Unión Europea que establecer que las empresas que vendan frigoríficos, lavadoras, secadores de pelo o televisores en la UE tienen que garantizar que estos se puedan reparar hasta pasados diez años⁵⁷, con la finalidad de reducir el impacto en el medioambiente, tratando de favorecer las reparaciones por delante de la compra de nuevos productos. Está previsto que este derecho se amplíe y adapte para electrodomésticos y aparatos eléctricos más pequeños, como los teléfonos móviles, pero de momento no se ha aprobado ninguna medida.

A efectos de analizar si existe o no falta de conformidad, es necesario tener en cuenta el artículo 115 quater LGDCU (antes era el 116, modificación producida por el Real Decreto-Ley 7/2021), que añade que la falta de conformidad derivada de una incorrecta instalación del producto se equiparará a la falta de conformidad del producto en algunas ocasiones, que será cuando cumpla dos requisitos: que la instalación esté incluida en el contrato de compraventa y se haya realizado por el vendedor o bajo su responsabilidad, o cuando a pesar de realizarla el consumidor, la incorrecta instalación se deba a un error en las instrucciones de instalación.

Encontramos una sentencia del TS, de 9 de octubre de 1981, que manifestó de forma expresa que “ la ejecución de una prestación había sido tan defectuosa que *resulta frustrada la finalidad perseguida por el negocio y el consiguiente interés del*

⁵⁷ En relación a esto se puede observar que la normativa estatal ha llevado a cabo la modificación del RDL 7/2021 con tal de incorporara a la normativa interna la normativa internacional, y ampliarla.

*acreedor*⁵⁸ en las obligaciones sinalagmáticas es posible actuar exigiendo que se imponga al deudor el cumplimiento⁵⁹. o bien La nueva redacción del artículo 116 LGDCU⁶⁰ recuerda que hay incompatibilidad entre las acciones de saneamiento del CC con las de falta de conformidad y garantía. En cuanto a los **servicios post venta** el RDL 37/2020 modifica el apartado 2 del artículo 21 LGDCU y establece que las oficinas y servicios de información y atención al cliente deberán seguir principios de accesibilidad universal para facilitar que puedan acceder a ellos todos los consumidores. Añade también que la línea telefónica que se proporcione al usuario para comunicarse con el vendedor en relación al contrato celebrado no podrá suponer un coste extra para el consumidor del que tendría cualquier llamada corriente, y en el caso de que la empresa vendedora tenga un número con tarifas especiales, deberá ofrecer información también acerca de otra línea telefónica alternativa⁶¹.

3.8. Derecho de garantía.

Existen dos tipos de garantías, la legal y la comercial adicional. La garantía legal es obligatoria, y es de dos años en el caso de los productos nuevos, y de como mínimo un año para los productos que sean de segunda mano (siempre y cuando el vendedor sea una empresa y no una persona particular que no está actuando en el ejercicio de su actividad profesional). En estos casos, durante los seis primeros meses no es necesario que se justifique que el defecto procede de fábrica, ya que se da por supuesto, se presume.

La garantía comercial adicional, establecida en la nueva redacción del artículo 127 de la LGDCU, y definida en la misma ley en su artículo 59 bis como “ t o d o

⁵⁸ STS de 9 de octubre de 1981.

⁵⁹ AVILÉS GARCÍA, Javier. *Las garantías derivadas de la venta de bienes de consumo. Garantía legal de conformidad, garantía comercial, garantía de consumo y mantenimiento de los bienes duraderos*. 2006, página 1024.

⁶⁰ Artículo 116. *Incompatibilidad de acciones*. El ejercicio de las acciones que contempla este título será incompatible con el ejercicio de las acciones derivadas del saneamiento previstas en el Código Civil. En todo caso, el consumidor o usuario tendrá derecho, de acuerdo con la legislación civil y mercantil, a ser indemnizado por los daños y perjuicios derivados de la falta de conformidad.

⁶¹ También se establece que los prestadores de bienes o servicios básicos (luz, agua, gas, financieros, s e g u r o b e r á n d i s p o n e r e n c u a l q u i e r c a s o d e u n t e l é f o n o d e a t e n c i ó n a l c o n s u m i d o r g r a t u i t o .

compromiso asumido por un empresario o un productor (el garante) frente al consumidor y usuario, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado, sustituir o reparar el bien o prestar un servicio relacionado con él, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro elemento no relacionado con la conformidad del bien con el contrato enunciados en el documento de garantía o en la publicidad correspondiente, disponible en el momento o antes de la celebración del c o n t r a t o ” ; por lo tanto es un garantía adicional que ofrece el vendedor al consumidor, y deberá formalizarse en castellano (y en otros idiomas si se quiere, también), y si así lo pide el consumidor, se tendrá que hacer por escrito o en un soporte duradero al que pueda acceder el consumidor.

La definición de garantía comercial que veíamos en el párrafo anterior se ha visto ligeramente modificada por el RDL 7/2021 (que entrará en vigor el uno de enero de 2022), de manera que queda definida en el artículo 59 bis con la modificación como “ t o c m p r o m i s o a s u m i d o p o r u n e m p r e s a r i o o u n p r o d u c t o r frente al consumidor o usuario, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado o de sustituir, reparar o prestar un servicio de mantenimiento relacionado con el bien o el contenido o **servicio digital**, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro requisito no relacionado con la conformidad del bien o **del contenido o servicio digital** con el contrato, enunciados en la declaración de garantía o en la publicidad, disponible en el momento o antes de la celebración del c o n t r a t o ” , de manera que se incluye de forma explícita el contenido o servicio digital en la garantía comercial.

En esta garantía se tendrán que incluir los siguientes elementos⁶²:

Producto sobre el que recae la garantía.

El nombre y dirección del vendedor, que actúa como garante.

Indicar que la garantía no afecta a los derechos legales del consumidor ante la falta de conformidad de los productos con el contrato.

Los derechos adicionales que se conceden en esta nueva garantía adicional.

El plazo de duración de la garantía y su alcance territorial.

Las vías de reclamación de las que dispone el consumidor y usuario.

⁶² Artículo 125.2 LGDCU.

La garantía implica, tal y como se establece en el artículo 117 LGDCU, que el empresario deberá responder en el caso de falta de conformidad existente en el momento de la entrega del bien, contenido o servicio digital. Este derecho lo puede ejercer el consumidor o usuario mediante una simple declaración en la que pida la subsanación, la reducción del precio o la resolución del contrato (e indemnización por daños y perjuicios si procediera).

Además, este precepto indica que el plazo para ejercer la acción de reclamación del cumplimiento en la garantía comercial adicional prescribirá a los seis meses desde la finalización del plazo de garantía.

3.9. Derecho a una mayor protección procesal.

A nivel genérico, los contratos de consumo cuentan con una especial protección procesal y normativa para tratar de equilibrar las situaciones de desigualdad, con mecanismos como el usado a partir de la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores, que establece la prohibición de usar por parte de los jueces la técnica de la integración en los contratos de consumo, de modo que se pretende que no se incluyan cláusulas posiblemente nulas por tal de evitar que caiga el contrato en su totalidad.

Los contratos de consumo a distancia acostumbran a ser contratos que se realizan en masa, de modo que en el caso de que surja algún problema sobre el que se quiere litigar, es muy probable que surjan muchos consumidores con el mismo problema. Si cada uno de ellos interpone acciones individuales, habrá una multitud de demandas con el mismo contenido con excepción de los demandantes, lo que llevaría a un colapso del sistema judicial y a la posibilidad de que haya criterios distintos, dando lugar a distintos resultados en cada caso.

Además, el hecho de litigar de forma individual puede causar una desigualdad de las partes, ya que los costes iniciales recaerán sobre una sola persona.

Es por ello por lo que se debe orientar la normativa nacional al fomento de las acciones colectivas, tal y como sugieren las directivas comunitarias⁶³.

⁶³ FERNÁNDEZ SEIJO, José María. “ Condensación en costas en el contexto del derecho comunitario de consumo”. *Revista jurídica sobre consumidores*. Número especial de septiembre de 2020.

La contratación a distancia favorece la formación de contratos con elementos internacionales. La normativa de derecho internacional privado observa la necesidad de dar una protección adecuada a los consumidores, en primer lugar, en cuanto a la competencia judicial internacional. Esta regulación la encontramos principalmente en el Reglamento 1215/2012⁶⁴ (artículos 17 a 19), y en la Ley Orgánica del Poder Judicial⁶⁵ (artículo 22 quinquies d), y en ambas normas se explica que la finalidad de introducir estos foros de protección en los contratos de consumo es evitar la desprotección de la parte débil desde el punto de vista de la competencia judicial internacional, haciendo nulas las cláusulas abusivas que imponen sumisión a unos tribunales lejanos a los consumidores; de forma que se limita la sumisión expresa, se ponen cautelas a la sumisión tácita, y en caso de falta de sumisión, se da una mayor posibilidad de elección a la parte consumidora si es esta quien quiere ejercer una acción, teniendo así una mayor libertad de elegir dónde quiere demandar (en estos casos podrá elegir demandar ante el lugar en el que tenga su domicilio, lo cual será, normalmente, lo más cómodo y menos costoso para el consumidor, o ante los tribunales del estado del domicilio del profesional, o ante los tribunales del lugar donde el profesional tenga la sucursal a través de la cual se concluyó el contrato); y se limita en el caso de que sea el consumidor el demandado, estableciendo que se debe demandar en el foro próximo a la parte débil para evitar la indefensión del consumidor.

Esta mayor protección procesal que proporciona el foro de protección va dirigida al consumidor pasivo. Y tal y como establece el Reglamento 2215/2012 en su artículo 17, se entiende por consumidor pasivo aquella persona que contrata con otra parte empresaria que “ejerza actividades comerciales o profesionales en el estado miembro del consumidor o, por cualquier medio, dirija tales actividades a dicho estado miembro o a varios estados miembros, incluido este último, y el contrato esté comprendido en el marco de estas actividades”.

También se establece que no es necesario que el demandado tenga domicilio en un estado miembro de la UE para que se aplique este reglamento en los casos en que quien demanda sea el consumidor.

En cuanto a la ley aplicable a estos casos con elementos internacionales, la normativa también tiene un objetivo tuitivo, y esto lo vemos reflejado en el hecho de que hay normas de conflicto⁶⁶ especiales que están materialmente orientadas, de forma que generalmente se va a elegir como ordenamiento jurídico aplicable al fondo del asunto la ley del lugar en el que se demanda, es decir, la *lex fori*.

⁶⁴ Reglamento (UE) n ° 1215/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2012 , relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil

⁶⁵ Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial.

⁶⁶ Es decir, normas de derecho internacional privado que nos indican cuál es el ordenamiento jurídico material que se tiene que aplicar en cada caso concreto.

4. Conclusiones

Tras haber realizado el presente trabajo, se puede llegar a varias conclusiones.

En primer lugar, vemos que la vulnerabilidad de las personas consumidoras en la contratación deriva de una serie de motivos, entre los que se encuentran el carácter irreflexivo de este tipo de contratación que se caracteriza por su rapidez, por el hecho de que en su mayoría se tratan de contratos de adhesión en los que la persona consumidora no participa en la redacción del contrato, de manera que es más fácil para la parte vendedora imponer un clausulado que le favorezca a través de condiciones generales de la contratación, y por lo tanto, hay también más posibilidades de que se impongan cláusulas abusivas. Esta mayor vulnerabilidad también es consecuencia de la existencia de delitos informáticos, que pueden surgir en el marco de la contratación a distancia; de la posible falta de conformidad con lo pactado, de los daños que pueden derivarse del transporte de los bienes y del hecho de que se trata de un comercio dinámico y cambiante que puede llegar a crear inseguridad jurídica a los consumidores, en especial a aquellas personas consumidoras vulnerables que se mencionan a lo largo del presente trabajo.

Es por ello que es necesario y conveniente que las personas consumidoras tengan conocimiento de sus derechos en el marco de estas relaciones de contratación a distancia para poder ejercitarlos.

También vemos que el contenido de los derechos de las personas consumidoras son variables en el tiempo y sobre todo en las distintas situaciones, de manera que en cada caso concreto los tribunales acotan los límites y sus contenidos de forma específica, interpretando las normas de acorde a las nuevas realidades sociales.

Para finalizar, conviene hacer un rápido recuento de los principales derechos de los consumidores en las compras a distancia: derecho a información clara y comprensible antes de quedar vinculado por el contrato, derecho a elegir método de pago, derecho a copia del contrato, derecho a que se le entregue el bien en el plazo establecido o pactado, derecho a probar e inspeccionar el bien, derecho de desistimiento, derecho a reparación o sustitución del bien y servicios post venta, derecho de garantía y derecho a una mayor protección procesal.

5. Fuentes consultadas

5.1. Monografías, artículos y doctrina

ACEDO PENCO, Ángel, *Derecho de consumo, análisis jurídico-privado de la ley general para la defensa de los consumidores de 2007*. Dykinson. Madrid, 2012.

ACOSTA ESTÉVEZ, José B. *Tutela procesal de los consumidores*. J.M. Bosch editor S.A. Barcelona, 1995.

ÁLVAREZ MORENO, María Teresa. *Innovación tecnológica, mercado y protección de los consumidores. La protección del consumidor en la contratación electrónica de bienes y servicios a través de plataformas*. REUS editorial. Madrid, 2018.

ARENAS GARCÍA, Rafael. “Competencia judicial en la contratación electrónica internacional” *Estudios sobre Consumo* 85, número 45- 60, 2008.

BUSTO LAGO, Jº Manuel; ÁLVAREZ LATA, Natalia y PEÑA LÓPEZ, Fernando. *Reclamaciones de consumo. Derecho de consumo desde la perspectiva del consumidor*. Thomson Reuters Aranzadi. Navarra, 2005.

DE LEÓN ARCE, Alicia; GARCÍA GARCÍA, Luz María, *Derecho de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*. T.1. 2ª edición. Valencia, Tirant lo Blanch tratados, 2006.

DE LEÓN ARCE, Alicia; GARCÍA GARCÍA, Luz María, *Derecho de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*. T.2. 2ª edición. Valencia, Tirant lo Blanch tratados, 2006.

DÍEZ-PICAZO, Luis. “Contratos de consumo” *Anuario de Derecho civil*, Vol. 59, Nº1, 2006, págs. 11- 28.

ESTEBAN DE LA ROSA, Fernando, “De la contratación electrónica para los sistemas de resolución alternativa de litigios de consumo: radiografía de una transformación necesaria” *Revista Jurídica sobre Consumidores y Usuarios*. Vlex. N3. *Consumidores y comercio electrónico*, noviembre 2018.

FUENTE NÚÑEZ DE CASTRO, S., “La formalización de la compraventa directa y en la compraventa a distancia tras la reforma operada por la Ley 3/2014 de 27 de marzo por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes”, *Boletín del Ministerio de Justicia*, 2014.

GARCÍA RODRÍGUEZ, Manuel. *Horas de Trabajo Legal sobre Consumidores y Usuarios*. Número 3, noviembre 2018.

GARCIMARTÍN ALFÉREZ, Francisco J. *Derecho internacional privado*. Thomson Reuters Aranzadi. Pamplona, 2019.

HEREDIA CERVANTES, Iván. “Consumo y comercio electrónico internacional a través de la página web”, *Revista jurídica. Universidad Autónoma de Madrid*. Páginas 69 a 99, 2001.

LLAMAS POMBÓ, Eugenio, “Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Comentarios y Jurisprudencia de la Ley veinte años después”, *LA LEY*, Colección memoria, Madrid, 2005.

LLORENTE SAN SEGUNDO, Inmaculada. “La adaptación de la normativa reguladora del derecho de desistimiento a las exigencias de la Directiva 2011/83/UE sobre derechos de los consumidores”, *Cuadernos de Derecho Transnacional* (octubre 2013). Vol. 5, nº 2, páginas 371 a 397, 2013.

MORENO NAVARRETE, M. Ángel (2002). *DERECHO-e, Derecho del Comercio Electrónico*. Madrid: Marcial Pons.

NUÑEZ ZORRILLA, M^a del Carmen, “Análisis de algunos aspectos de la compraventa europea de consumo de bienes celebrada por medios electrónicos”, *Revista General de Derecho Europeo*. Nº 34, 2014.

PRATS ALBENTOSA, Lorenzo. “Comercio electrónico europeo de bienes y contenidos digitales: mayor armonización de los derechos de los consumidores y de los deberes de los oferentes”, *Diario La Ley*. Nº 8702, 2016.

PRATS ALBENTOSA, Lorenzo. “ Ve nde bienes y de contenidos digitales o n l i n e ” *Enciclopedia pública*. Nº98, páginas 34 a 43, 2016.

R I V A S L A G O , A d r i a n . “ L a p r o t e c c i ó n d e l c o n s u m i e n t e ” *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, Nº 15/2015.

R O D R Í G U E Z M A R Í N , C o n c e p c i ó n . “ E l p r i n c i p i o d e b i e n e s d e c o n s u m o : g a r a n t í a d e s e r v i c i o s ” *Revista Doctrinal Aranzadi Civil- Mercantil*, número 9/2011.

SÁNCHEZ VERA, Pedro, *La tercera edad ante el consumo*. Universidad de Murcia, Murcia, 2003.

T O R R A L B A M E N D I O L A , E l i s a C a r o l i n a , “ L a s r e l a c i o n e s P r i v a d o e n l a r e a l i d a d ” *Revista CESCO de Derecho de Consumo*. ” Páginas 17 a 26, 2014.

5.2. Legislación

Código civil

Directiva (UE) 2019/ 771 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes por la que se modifica el R (CE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE.

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 99/13/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.

Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña, concretamente en el Capítulo II, del artículo 222-1 al 222-3.

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

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.

Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

5.3. Jurisprudencia

Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Sexta), de 27 de marzo de 2019.

Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Sexta) de 14 de mayo de 2020

Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Tercera), de 23 de enero de 2019

Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Tercera) de 5 de julio de 2012

Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea C-52/2018 Christian Fulla and Toolport GmbH

Sentencia del Tribunal de la Asociación Europea de Libre Comercio, de 27 de enero de 2010, Inconsult Anstalt/Finanzmarktaufsicht (E-4/09, EFTA Court Report)

Sentencia del Tribunal Supremo de 9 de octubre de 1981

6. Anexos

ANEXO I, de la Directiva 2011/83

Información sobre el ejercicio del derecho de desistimiento

A. Modelo de documento de información al consumidor sobre el desistimiento

Derecho de desistimiento

Tiene usted derecho a desistir del presente contrato en un plazo de 14 días sin necesidad de justificación.

El plazo de desistimiento expirará a los 14 días del día 1 .

Para ejercer el derecho de desistimiento, deberá usted notificarnos (2) su decisión de desistir del contrato a través de una declaración inequívoca (por ejemplo, una carta enviada por correo postal, fax o correo electrónico). Podrá utilizar el modelo de formulario de desistimiento que figura a continuación, aunque su uso no es obligatorio. 3 Para cumplir el plazo de desistimiento, basta con que la comunicación relativa al ejercicio por su parte del derecho de desistimiento sea enviada antes de que venza el plazo de desistimiento.

Consecuencias del desistimiento

En caso de desistimiento por su parte, le devolveremos todos los pagos recibidos de usted, incluidos los gastos de entrega (con la excepción de los gastos adicionales resultantes de la elección por su parte de una modalidad de entrega diferente a la modalidad menos costosa de entrega ordinaria que ofrezcamos) sin ninguna demora indebida y, en todo caso, a más tardar 14 días a partir de la fecha en la que se nos informe de su decisión de desistir del presente contrato. Procederemos a efectuar dicho reembolso utilizando el mismo medio de pago empleado por usted para la transacción inicial, a no ser que haya usted dispuesto expresamente lo contrario; en todo caso, no incurrirá en ningún gasto como consecuencia del reembolso.

Instrucciones para su cumplimentación:

1. Insértese una de las expresiones que aparecen entre comillas a continuación:

a) en caso de un contrato de servicios o de un contrato para el suministro de agua, gas o electricidad —cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas—, de calefacción mediante sistemas urbanos o de contenido digital que no se preste en un soporte material: «de la celebración del contrato.»;

b) en caso de un contrato de venta: «que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material de los bienes.»;

c) en caso de un contrato de entrega de múltiples bienes encargados por el consumidor en el mismo pedido y entregados por separado: «que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último de esos bienes.»;

d) en caso de entrega de un bien compuesto por múltiples componentes o piezas: «que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último componente o pieza.»;

e) en caso de un contrato para la entrega periódica de bienes durante un plazo determinado: «que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del primero de esos bienes.».

2. Insértese su nombre, su dirección geográfica y, si dispone de ellos, su número de teléfono, su número de fax y su dirección de correo electrónico.

3. Si usted ofrece al consumidor en su sitio web la opción de cumplimentar y enviar electrónicamente información relativa a su desistimiento del contrato, insértese el texto siguiente: «Tiene usted asimismo la opción de cumplimentar y enviar electrónicamente el modelo de formulario de desistimiento o cualquier otra declaración inequívoca a través de nuestro sitio web [insértese la dirección electrónica]. Si recurre a esa opción, le comunicaremos sin demora en un soporte duradero (por ejemplo, por correo electrónico) la recepción de dicho desistimiento.».

4. En caso de un contrato de venta en el que usted no se haya ofrecido a recoger los bienes en caso de desistimiento, insértese la siguiente información: «Podremos retener el reembolso hasta haber recibido los bienes, o hasta que usted haya presentado una prueba de la devolución de los bienes, según qué condición se cumpla primero.».

5. Si el consumidor ha recibido bienes objeto del contrato insértese el texto siguiente:

a insértese:

— «Recogeremos los bienes.», o bien

— «Debera usted devolver o entregar los bienes a nosotros mismos o a ... [insértese el nombre y la dirección geográfica, si procede, de la persona autorizada por usted a recibir los bienes], sin ninguna demora indebida y, en cualquier caso, a más tardar en el plazo de 14 días a partir de la fecha en que nos comunique su decisión de

desistimiento del contrato. Se considerará cumplido el plazo si efectúa la devolución de los bienes antes de que haya concluido el plazo de 14 días.»;

b insértese:

— «Nos haremos cargo de los costes de devolución de los bienes.»; — «Deberá usted asumir el coste directo de devolución de los bienes.»;

— En caso de que, en un contrato a distancia, usted no se ofrezca a hacerse cargo de los costes de devolución de los bienes y estos últimos, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo: «Deberá usted asumir el coste directo de devolución de los bienes, ... E U R [i n s é r t e r e] realizar por adelantado un cálculo razonable del coste de devolución de los bienes: «Deberá usted asumir el coste directo de devolución de los bienes. Se calcula que dicho coste se eleva a aproximadamente ... máximo.», o bien

— En caso de que, en un contrato celebrado fuera del establecimiento, los bienes, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo y se hayan entregado ya en el domicilio del consumidor en el momento de celebrarse el contrato: «Recogeremos a cargo nuestro los bienes.»;

c «Solo será usted responsable de la disminución de valor de los bienes resultante de una manipulación distinta a la necesaria para establecer la naturaleza, las características y el funcionamiento de los bienes.».

6. En caso de un contrato para la prestación de servicios o para el suministro de agua, gas, electricidad —cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas— o calefacción mediante sistemas urbanos, insértese lo siguiente: «Si usted ha solicitado que la prestación de servicios o el suministro de agua/gas/electricidad/calefacción mediante sistemas urbanos [suprímase lo que no proceda] dé comienzo durante el período de desistimiento, nos abonará un importe proporcional a la parte ya prestada del servicio en el momento en que nos haya comunicado su desistimiento, en relación con el objeto total del contrato.».

B. Modelo de formulario de desistimiento (solo debe cumplimentar y enviar el presente formulario si desea desistir del contrato)

— A la atención de [aquí el comerciante deberá insertar el nombre del comerciante, su dirección geográfica y, si dispone de ellos, su número de fax y su dirección de correo electrónico]:

— Por la presente le comunico/comunicamos (*) que desisto de mi/desistimos de nuestro (*) contrato de venta del siguiente bien/prestación del siguiente servicio (*)

— Pedido el/recibido el (*)

— Nombre del consumidor o de los consumidores

— Dirección del consumidor o de los consumidores

-Firma del consumidor o de los consumidores (solo si el presente formulario se presenta en papel)

— Fecha

(*) Táchese lo que no proceda.