

# **CUADERNOS DE CONSUMO N° 11**

---

## **Diploma de especialización en Consumo**



**Dirección General de Consumo**



 **GOBIERNO  
DE ARAGON**

Departamento de Salud, Consumo  
y Servicios Sociales

EDICIÓN: Mayo 2003  
TIRADA: 1.000 ejemplares  
EDITA: Gobierno de Aragón  
Dirección General de Consumo  
INTERNET: [www.aragob.es/consumo](http://www.aragob.es/consumo)  
[portal.aragob.es](http://portal.aragob.es)  
IMPRESIÓN: Cometa, S.A.  
I.S.S.N.: 1696-1382  
D.L.: Z-1914-2001

## ÍNDICE



Contexto socioeconómico de la sociedad de consumo y condicionantes sociológicos que inciden en el comportamiento del consumidor	■ 11
Los derechos de los consumidores	■ 17
La educación y la información del consumidor	■ 25
Asociaciones de consumidores	■ 39
Movimiento social de los consumidores. Pasado, presente y futuro de las asociaciones de consumidores	■ 45
Oficinas Municipales de Información al Consumidor	■ 51
Sistema arbitral de consumo: procedimiento	■ 53
Disciplina de mercado	■ 61
La responsabilidad civil	■ 65
Ecología, Medio Ambiente y consumo sostenible	■ 73
Tendencias de los envases del futuro y consumo sostenible	■ 77
Los derechos del ciudadano como paciente en el escenario de la sanidad española. La salud como bien de consumo	■ 85
Defensa del consumidor y el etiquetado	■ 93
Los alimentos	■ 99
La seguridad alimentaria, un reto para la Europa del siglo XXI	■ 103
Protección de datos personales y medidas de seguridad de los sistemas de información y comunicación	■ 107
Transportes	■ 111

Viajes	■ 119
Ocio y consumo	■ 127
Presupuestos familiares	■ 131
Servicios sociales y consumo	■ 137
Condiciones generales de la contratación	■ 141
Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles: contratos a distancia-contratos electrónicos. Particularidades	■ 147
Contratos internacionales de consumo: apuntes sobre competencia judicial internacional y derecho aplicable	■ 153
Contratos internacionales de consumo: apuntes sobre competencia judicial internacional y derecho aplicable	■ 159
Contratos sobre la vivienda: compraventa de vivienda	■ 163
El contrato de seguro	■ 191
Los elementos normativos básicos para la defensa jurídica de los usuarios de operaciones y servicios bancarios en España	■ 197
La publicidad y la protección de los consumidores	■ 205



## ACTO DE CLAUSURA

Escuela Universitaria de Estudios Sociales.  
Acto de clausura, miércoles 11 de diciembre de 2002, 19,30 h.

Florencio García Madrigal  
Director General de Consumo

Buenas tardes...

El Diploma de Especialización en Consumo tiene una tradición de actividades formativas realizadas fuera del estricto ámbito universitario que se remonta a varias décadas. A esos efectos, con la financiación de la Dirección General de Consumo se venían celebrando en esta legislatura cursos sobre Consumo y calidad de vida y sobre el Consumo en la sociedad del bienestar en colaboración con la Universidad de Zaragoza, entre otros muchos proyectos financiados en 89 centros educativos, habiéndose incrementado el número de proyectos desde 1999 en un 175% y el presupuesto para su financiación en un 200%, con temáticas de todo tipo que no hacen sino reafirmar la transversalidad y universalidad del consumo: publicidad, comercio justo, desarrollo sostenible, ecología, medio ambiente, implantación del euro, alimentación, dietética y nutrición, consumo y multiculturalidad, educación del consumidor, juguetes, seguridad, agua, consumo responsable.

Es justamente la necesidad de integrar esta actividad formativa y ampliarla, lo que ha conducido a presentar este Estudio mediante la firma de un convenio entre la Universidad de Zaragoza y el Departamento de Salud, Consumo y Servicios Sociales del Gobierno de Aragón.

De acuerdo con la política de protección, formación y educación de los consumidores a través de proyectos curriculares y de postgrado, la Dirección General de Consumo ha dado un paso más llevando a la práctica esta iniciativa que mediante un enfoque interdisciplinar y eminentemente práctico, pretende divulgar entre los profesionales especia-

lizados, Licenciados y Diplomados, los conocimientos adquiridos en el ámbito universitario, administrativo y en general, investigación y estudio del consumo.

Entre los destinatarios, a los que agradezco su esfuerzo e interés, hemos contado con funcionarios de la Dirección General de Consumo, responsables de organizaciones de consumidores y usuarios de la provincia de Huesca, juristas, auxiliares de laboratorio, alumnos del módulo Servicios al Consumidor de Formación Profesional, y trabajadores sociales.

El desarrollo de este Diploma de Especialización en Consumo plantea los siguientes objetivos, que honestamente consideramos que se han visto cumplidos en esta primera edición:

- Informar y formar sobre los aspectos jurídicos, económicos, psicológicos y sociales relacionados con el consumo.
- Profundizar sobre las implicaciones que el consumo tiene en la satisfacción de las necesidades sociales.
- Posibilitar el manejo de algunas técnicas e instrumentos básicos en tareas de educación del consumidor.

El cumplimiento de estos objetivos se ha logrado con el esfuerzo de alumnos, organizadores y profesores, entre los que hemos contado con ponentes procedentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Facultad de Medicina, Escuela Universitaria de Estudios Sociales, Facultad de Derecho, Dirección General de Consumo, Servicio de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza, Biólogos, Servicio Aragonés de Salud, Abogados, Organizaciones de Consumidores y Usuarios, habiéndose realizado visitas para poner en práctica y sedimentar los conceptos aprendidos.

Por su parte, la temática ha sido tan amplia como universal es el concepto de consumo:

- Entorno estructural del Consumo.
- Condicionamientos sociológicos del Consumidor.
- Derechos del consumidor.
- La Educación y la información del consumidor.
- Disciplina del Mercado.
- Sistema Arbitral de Consumo.
- Oficinas Municipales de Información al Consumidor.
- Asociaciones de Consumidores y Usuarios.
- La salud.
- Los alimentos.
- La vivienda.
- Los bancos.
- Transportes.
- Viajes.
- Los presupuestos familiares.

- El ocio.
- Contratos.
- Responsabilidad civil.
- Seguros.
- Ecología, consumo y desarrollo sostenible.
- Protección de datos.
- Extranjería.
- Publicidad.

El temática se ve reflejada en un nuevo número de la línea editorial de Cuadernos de Consumo de la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón, en el que se recogen los resúmenes o "abstracts" de las ponencias impartidas por el profesorado.

El Diploma de Especialización en Consumo otorga 12 créditos equivalentes a 120 horas y será valorado como mérito por las Administraciones Públicas y Entidades Sociales que realizan actividades o servicios relacionados con el Consumo y que sean financiados con subvenciones públicas.

Vamos a proceder, a la entrega de diplomas en este acto institucional que no debe ser una clausura sino el punto de inflexión para la profundización y mejora en la medida de lo posible de una segunda edición del Diploma de Especialización en Consumo y para ello ofrecemos, dentro del marco presupuestario, el apoyo decidido del Gobierno de Aragón.

Muchas gracias a todos.



## ACTO DE CLAUSURA

Antonio Herrera Marteache

Vicerrector de la Ordenación Académica de la Universidad de Zaragoza

Ilmo. Sr. Director General de Consumo del Gobierno de Aragón, Ilmo. Sr. Director de la Escuela de Estudios Sociales de la Universidad de Zaragoza, Sr. Director del Curso, profesores y alumnos de este curso que hoy se clausura.

En primer lugar, quiero disculpar la ausencia en este acto del Excmo. y Mgfco. Sr. Rector, que debido a problemas de agenda no ha podido estar presente en este acto como era su intención. Expresamente me ha solicitado que le represente y que felicite en su nombre y en el de la Universidad a todos los que hoy reciben este título de especialización en consumo organizado por primera vez desde la Universidad de Zaragoza.

Nuestra Universidad está totalmente comprometida con la formación continuada a lo largo de toda la vida; por ello apostó en su día por el desarrollo de una política encaminada a la potenciación al máximo de la impartición de cursos de especialización que supongan un valor añadido a todos aquellos profesionales que, previamente, han salido de sus aulas.

En este caso, la necesidad del curso impartido es obvia; el sistema de vida que los europeos nos hemos dado exige que uno de los principales objetivos que deba perseguir nuestra Unión sea tanto la defensa de los intereses del consumidor como el conocimiento profundo de las condiciones sociológicas del consumo de bienes en una sociedad como la nuestra. Creo que los objetivos que se perfilaban en el inicio del curso se han cumplido en su totalidad, por lo que todos ustedes, que hoy reciben el diploma, están en condiciones, desde hoy, de aplicar dicho conocimiento en todas las facetas profesionales en las que se desenvuelven.



La Universidad de Zaragoza, que como he expuesto anteriormente apuesta por la docencia de postgrado, apuesta, asimismo, porque ésta sea una docencia de calidad y por ello, se asegura con rigor que las condiciones y objetivos previos de su enseñanza de postgrado tenga garantías de calidad y eficacia. En este caso así ocurre y, para ello, se procedió en su día a realizar los estudios previos que valoraron, por una parte, el programa docente del curso y, por otra, la ausencia de enseñanzas similares en la materia objeto del curso. Tras ese paso, la Comisión de Docencia de la Universidad y el propio Consejo de Gobierno lo informaron favorablemente con el fin de que el Consejo Social de la Universidad autorizara su impartición.

Con estos antecedentes, que dan garantía de calidad, son el profesorado y el coordinador del curso los que han contribuido importantemente a su éxito. Desde mi responsabilidad como Vicerrector encargado del desarrollo de la docencia de postgrado quiero expresar mi reconocimiento personal y de la Universidad de la labor que tanto coordinadores como profesores realizan en la gestión y éxito de los estudios propios de la Universidad; son ellos los que llevan el peso importante de la gestión, la coordinación y la docencia y por ello, a ellos hay que atribuir el éxito docente que se consigue en esta faceta de la educación superior.

Del mismo modo quiero expresar el agradecimiento formal a la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón y a su Director aquí presente por el apoyo económico y de cualquier otro tipo que, me consta, ha tenido para con el curso. Acciones de este tipo propician un entendimiento mutuo y facilitan al máximo que nuestra Universidad cumpla con sus objetivos de formación y son, por tanto, un ejemplo del camino que todos debemos seguir.

Mis últimas palabras se dirigen a los que hoy reciben el diploma de especialización. Tras varios meses de trabajo intenso la Universidad os capacita mediante este título para ejercer un poco más en profundidad vuestra profesión. Deseo que todos los conocimientos adquiridos os sirvan de base y fundamento para vuestro mejor desarrollo profesional en el futuro. Recibid en nombre de la Universidad de Zaragoza su felicitación y enhorabuena.

# Contexto socioeconómico de la sociedad de consumo y condicionantes sociológicos que inciden en el comportamiento del consumidor

Carlos Gómez Bahillo

Departamento de Psicología y Sociología. Universidad de Zaragoza

## INTRODUCCIÓN

El consumo adquiere una importancia estratégica y constituye uno de los pilares básicos en los que se fundamenta la actividad económica de la sociedad postindustrial. Su función esencial ya no es exclusivamente la de satisfacer unas presuntas necesidades de la población, sino la de contribuir al sostenimiento del ritmo productivo. Nuestro sistema económico funciona a través de un crecimiento continuo de la producción, lo que es posible gracias a un aumento constante del consumo. La importancia que ha adquirido éste, ha afectado a la misma estructura social, de manera que la propia sociedad diferencia entre las clases o grupos productivos y los que no lo son. Los primeros generan plusvalía/beneficio, en cambio los segundos gastos. La consolidación de la sociedad postcapitalista ha



supuesto un cambio radical: se ha pasado de "producir para consumir" a otra realidad diferente, "consumir para producir", lo que provoca una serie de estrategias para crear y aumentar las necesidades de los ciudadanos.

Son varias, por tanto, las perspectivas desde las cuales se puede considerar el hecho social del "consumo". Desde la perspectiva macroeconómica constituye una magnitud objetiva, que ayuda al logro de unos resultados económicos. Desde la perspectiva económico-empresarial es el fin de la actividad de la empresa, por lo que los directivos necesitan permanentemente situarse en la posición del consumidor para afrontar sus decisiones y establecer estrategias. La tarea de tomar decisiones comerciales debe tener como punto de partida, la formulación, en cada situación decisoria, de hipótesis que contemplen el comportamiento de los destinatarios del producto. Desde una perspectiva microsocia, hay que considerar al consumidor, por una parte, preocupado por las relaciones que se establecen en el mercado, por comprender la situación que se plantea en la relación oferta-demanda y por mejorar los resultados de sus actividades de consumo. Por eso, comprender el comportamiento del consumidor se ha convertido en una tarea prioritaria a nivel empresarial, institucional y de las propias asociaciones de consumidores. Y desde la perspectiva psicosocial se analiza el conjunto de actos que las personas realizan con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios. Incluye el estudio de por qué la gente consume, dónde y con qué frecuencia y en qué condiciones son consumidos los diferentes bienes y servicios.

Las empresas son conscientes del papel determinante que tienen las asociaciones de consumidores, que cada vez son más exigentes ante la administración en la demanda de bienestar y calidad de vida de los ciudadanos. En la actualidad la sociedad de consumo se caracteriza por la existencia de un fuerte desequilibrio entre productores-distribuidores por un lado, y consumidores, por otro, motivado por los grandes recursos que aquéllos poseen para decantar la decisión del consumidor hacia la adquisición de unos productos, bienes o servicios determinados.

El consumo constituye el eje de la sociedad del bienestar, y tiene un efecto de "ostentación social". En el ansia por consumir se refleja una pretensión de querer conseguir niveles y estilos de vida más elevados. El consumo produce seguridad, satisfacción y status. El consumo por sí mismo puede llegar a convertirse en una finalidad, en un objetivo. La valoración de lo nuevo, simplemente por su aspecto novedoso, constituye una de las características más extendidas de la sociedad postcapitalista, ya que los bienes pueden llegar a valorarse no por su uso, sino también, y muy especialmente, por lo que significan, es decir, en función del valor significativo que la sociedad les confiere.

El consumo como hecho social objetivo implica, a su vez, toda una serie de comportamientos y actitudes subjetivas. Provoca la aparición de problemas individuales y colectivos, que condicionan la calidad de vida, y a los que el consumidor y la sociedad deben de

ir dando respuesta. La educación del consumidor consiste en un proceso de adquisición continua de conocimientos, sentimientos y destrezas.

La sociología de consumo constituye uno de los campos más fructíferos de la sociología económica, y analiza la conducta de los consumidores y la estructura y génesis de las necesidades económicas de la sociedad. Su objetivo fundamental consiste en ampliar el aspecto exclusivamente económico del consumo y considerar el comportamiento consumista de los distintos grupos sociales, que se traduce en estilos de vida diferentes. Las necesidades económicas, más allá de la mera subsistencia, son un reflejo del desarrollo técnico y económico alcanzado por la organización social. Las pautas de consumo no constituyen una decisión racional, sino más bien son una cuestión de experiencia y de formación de 'hábitos' y, por tanto, son rutinarias y generalmente poco conscientes.

## OBJETIVOS

1. Considerar el contexto socioeconómico que ha originado la expansión y desarrollo de la sociedad de consumo.
2. Estudiar la influencia del entorno del consumidor y la función que el consumo tiene como signo de diferenciación social.
3. Analizar el comportamiento de los consumidores en la elección de objetos y marcas, y en el mismo acto de comprar, teniendo en cuenta su medio social, y la incidencia que sobre el mismo tienen los factores del producto y la publicidad.
4. Estudiar las nuevas alternativas de canalización del consumo como consecuencia del desarrollo tecnológico.

## CONTENIDO

### A. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO

#### 1. Estado de bienestar y el desarrollo de la sociedad de consumo

##### 1.1. El estado de bienestar

###### 1.1.1. Delimitación conceptual

###### 1.1.2. Modelo keynesiano

###### 1.1.3. Justificación del modelo

###### 1.1.4. Dimensiones del modelo

##### 1.2. Desarrollo del estado de bienestar

###### 1.2.1. Proceso de consolidación del estado de bienestar en España

###### 1.2.2. Expectativas de bienestar en la sociedad de finales de siglo

#### 2. Proceso de crisis del estado de bienestar

##### 2.1. Origen de la crisis

##### 2.2. Crisis del modelo keynesiano

- 2.3. Crisis del estado
  - 2.4. Proceso de reestructuración del estado de bienestar
  - 3. Nuevo modelo mundial: la sociedad globalizada**
    - 3.1. ¿Qué se entiende por economía global?
    - 3.2. Características de la nueva economía
    - 3.3. Carácter transnacional de la nueva economía
    - 3.4. Dimensiones económicas de la globalización
      - 3.4.1. Desarrollo tecnológico
      - 3.4.2. Factores de competitividad
      - 3.4.3. Proceso de desarrollo tecnológico
      - 3.4.4. Contexto económico
    - 3.5. Efectos de la globalización
    - 3.6. Aspectos culturales de la globalización
  - 4. Consumo en la sociedad española**
    - 4.1. Evolución consumo en España
    - 4.2. Consumo en la sociedad actual
    - 4.3. Evolución economía y consumo
    - 4.4. Gasto hogares españoles
    - 4.5. Pautas de consumo
    - 4.6. Pautas de ahorro
      - 4.6.1. Estructura renta familiar
      - 4.6.2. Ahorro familiar
      - 4.6.3. Ahorro según rasgos sociodemográficos
- B. CONDICIONANTES SOCIOLOGICOS QUE INCIDEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- 1. La cultura y su incidencia en el comportamiento del consumidor**
    - 1.1. Características de la cultura
    - 1.2. Elementos socializadores
    - 1.3. Tendencias culturales del consumo
    - 1.4. Mitos culturales
    - 1.5. Subculturas y el consumo
  - 2. Entorno del consumidor**
    - 2.1. Factores demográficos
    - 2.2. Factores psicográficos
    - 2.3. Factores económicos
    - 2.4. Factores estructurales
      - 2.4.1. Renta disponible
      - 2.4.2. Consumo familiar y patrón de gasto
  - 3. Consumo en función de la clase y grupo social**
    - 3.1. Clase social como determinante

- 3.2. Estilo de vida
- 3.3. Consumo como identificación social
- 3.4. Técnicas de asignación
- 3.5. Grupo social de pertenencia y su incidencia
  - 3.5.1. Elementos inherentes al grupo
  - 3.5.2. Influencia del grupo en la creación de hábitos
  - 3.5.3. Grupos relevantes para el consumidor
- 4. Influencias contextuales determinantes del consumo**
  - 4.1. Influencias situacionales
    - 4.1.1. Elementos
    - 4.1.2. Tipo de compras
    - 4.1.3. Características de la compra
  - 4.2. Hábitos de consumo
    - 4.2.1. Canales de distribución
    - 4.2.2. Consumo de jóvenes
    - 4.2.3. Consumo tercera edad
- 5. Aspectos sociológicos del comportamiento del consumidor**
  - 5.1. La actitud y su influencia en el consumidor
  - 5.2. Características de la compra
  - 5.3. Compra como acto social y lúdico
- 6. Nuevas tecnologías y consumo**
  - 6.1. Marketing e internet
  - 6.2. Telecompra
  - 6.3. Comercio electrónico

## BIBLIOGRAFÍA

### A. ENTORNO ESTRUCTURAL DEL CONSUMO

- ALVARADO PÉREZ, E. (coord.) (1998): *Retos del Estado del Bienestar en España a finales de los noventa*, Madrid, Tecnos.
- AZNAR, G. y altri (1999): *Hacia una economía plural. Un trabajo, una actividad, una renta para todos*, Madrid, Miraguano ediciones.
- CASTELLS, M. (1999): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol. 1, La sociedad red*, p. 162.
- GÓMEZ BAHILLO, C. (1998): "Reflexiones sobre el estado de bienestar" en *Proyecto Social*, 6, 105-116.
- GÓMEZ BAHILLO, C. (1999): "La administración pública en una sociedad globalizada" en *Revista de Gestión Pública y Privada*, 4, 157-167.

- GÓMEZ BAHILLO, C. (2000): *Globalización y crisis del estado de bienestar*. Página WEB: <http://www.5campus.com/docencia/sociologia/inicio.html>
- GÓMEZ BAHILLO, C. (2000): «Empleo, economía y sociedad». Página WEB: <http://www.5campus.com/docencia/sociologia/inicio.html>
- LAFONTAINE, O., MULLER, Ch (1998): *No hay que temer a la globalización. Bienestar y trabajo para todos*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- MUÑOZ MACHADO, S. y otros (1999): *La estructura del Bienestar en Europa*, Madrid, Ed. Escuela Libre, Civitas, Fundación ONCE.
- RIVAS, A.M. (1999): "Solidaridad intergeneracional: ¿quién depende de quién?, ¿quién ayuda a quién?", *Sociología del Trabajo*, 36.
- SARTORI, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

## B. CONDICIONANTES SOCIOLÓGICOS COMPORTAMIENTO CONSUMIDOR

- ALONSO RIVAS, J. y otros (1999): *Comportamiento del consumidor*, Madrid, Esic.
- AZPIAZU, J. y SEVILLA, M.: "Demanda de Servicios Comerciales, Análisis de las Preferencias de los Consumidores", *Distribución y Consumo*, 22, 1995, 24-39.
- BOCOCK, R. (1995): *El consumo*, Madrid, Talasa.
- CALOMARDE, J.V.: "Influencia de los factores ambientales en la Decisión de Compra", *Esic-Market*, 89, 1995, 125-154.
- CLARK, E. (1989): *La publicidad y su poder, Las técnicas de provocación al consumo*, Barcelona, Planeta.
- CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA (2002): Número monográfico sobre *El comportamiento del consumidor en la actualidad*, Zaragoza, F. CC. Económicas y Empresariales.
- GRANDE, I.: "El comportamiento de los consumidores por segmentos de edad", *Distribución y Consumo*, 12, 1993, 40-57.
- LOUDON, L.D. y DELLA BITTA, A. (1995): *Comportamiento del consumidor, concepto y aplicaciones*, Madrid, McGraw Hill.
- MARTÍNEZ, E., NARANJO, I. y POLO, Y.: "Toma de decisiones familiares en Bienes de Consumo", *VII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, Barcelona, 1995, 315-328, EISC Editorial.
- MÚGICA, J.M. y RUIZ, S. (1997): *El comportamiento del consumidor*, Barcelona, Ariel.
- PINO, A. (1990): *Los nuevos consumidores españoles*, Madrid, Ed. Deusto.

# Los derechos de los consumidores

Pablo Martínez Royo

Jefe de la Sección de Defensa de los Consumidores y Junta Arbitral  
Dirección General de Consumo

SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN.- II. POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA U.E. 1. Etapas y situación actual. 2. La representación de los consumidores en la UE. III. - POLÍTICA DE CONSUMO EN ESPAÑA. 1. Marco Constitucional y legal. 2. Competencias de las administraciones públicas. 2.1. Las Comunidades Autónomas. 2.2. La Administración Local. IV. EL CONSUMIDOR. 1. Los derechos del consumidor. 2. Concepto de consumidor.

## 1. INTRODUCCIÓN

Algunos de los rasgos que definen la actual estructura del mercado y de la llamada "sociedad de consumo":

- consolidación de la gran empresa y el consumo de masas,
- transformación de los sistemas de distribución comercial,
- progresiva internacionalización de los mercados,
- progresivo alejamiento entre el fabricante y el destinatario,
- invasión de la vida cotidiana por la publicidad y, especialmente,
- incorporación de las nuevas tecnologías a los sistemas productivos y comerciales.

Política de Consumo: medidas que adoptan los poderes públicos en respuesta a las condiciones en las que





se encuentra el consumidor ante la abundancia y complejidad crecientes de los bienes y servicios que le presenta un mercado en expansión.

**Derecho de Consumo:** una parte de esta política, consistente en la producción de cuerpos normativos que tiene por objetivo el equilibrio de fuerzas entre los contratantes, reforzando la seguridad de la parte debilitada (consumidor y usuario).

## II. POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA U.E.

### ■ 1. ETAPAS Y SITUACIÓN ACTUAL

**Tratado CEE (Roma, 1957).** No incluye medidas directas de protección a los consumidores quizá porque se confiaba en que las reglas de la economía de mercado, libre circulación, etc., harían innecesaria la intervención de la comunidad.

Las políticas europeas se instrumentan a través de Programas de acción, que contienen: principios, objetivos y las medidas previstas para los años siguientes. Se inicia ya una ingente producción normativa que se concreta en Reglamentos y Directivas.

**Primer Programa de la Comunidad Europea para una Política de Protección y de Información a los consumidores (1975).** Se recogen los cinco derechos fundamentales del consumidor. Base para todos los programas de acción posteriores e inspiradores de la legislación: La protección de la salud y a la seguridad. La protección de los intereses económicos. La reparación de daños. La información y la educación. La representación.

**Acta Única Europea (1987).** Dota de un fundamento jurídico específico. Art. 100 A ("elevado nivel de protección"). Planes de acción y producción de importantes Directivas.

**Tratado de Maastrich (1992).** Exige que la Unión Europea adopte una serie de acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembros, a fin de proteger la salud, seguridad y los intereses económicos de los consumidores, y de garantizarles una información adecuada. Se crea la DG XXIV, dedicada a Política de los Consumidores.

**Tratado de Amsterdam (1997).** Aumenta la capacidad de la UE en materia de consumo. Se amplían y concretan los objetivos asignados a la Comunidad: se encargará de salvaguardar y promover los cinco derechos reconocidos desde 1975.

### ■ 2. LA REPRESENTACIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA UE

La participación y presencia de los consumidores en la toma de decisiones, la capacidad e influencia de las organizaciones de consumidores, su labor de presión, día-

logo y concertación con organizaciones profesionales y de otros sectores, configuran el derecho a la representación.

**El Consejo Consultivo de Consumidores (1975).** Integrado por representantes de las grandes organizaciones europeas de consumidores y por expertos independientes. Misión: emitir dictámenes a petición de la Comisión o a iniciativa propia, sobre todos los problemas relativos al respeto de los intereses de los consumidores, protección e información.

**El Comité de los Consumidores (1995).** 15 representantes de organizaciones e instituciones nacionales o regionales de consumidores y 5 representantes de organizaciones europeas. Función: dar respuesta a las preguntas que la Comisión le plantee sobre cualquier problema relacionado con la protección e intereses de los consumidores en el marco de la UE.

### III. POLÍTICA DE CONSUMO EN ESPAÑA

Los orígenes del "movimiento consumerista".

Las políticas de consumo en España van a ser una plasmación del mandato del artículo 51 de la CE, por su naturaleza de principio constitucional. La clásica disciplina del control de mercado va a ser reforzada por otras líneas estratégicas de información y educación del consumidor, fomento del asociacionismo de consumo, representación, solución extrajudicial de conflictos y cooperación entre los diferentes estratos administrativos.

#### ■ 1. MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGAL

**La Constitución Española de 1978.** Artículo 51. La ubicación de este artículo corresponde a los "principios rectores de política social y económica". Dichos principios informarán la legislación positiva, la práctica judicial y la actuación de los poderes públicos.

No obstante, aclarada su ubicación (no forman parte de los derechos y deberes fundamentales de la Sección 1.<sup>a</sup> del capítulo 2º del Título I), podemos decir que constituyen los "cuatro derechos fundamentales del consumidor": Defensa de la seguridad y la salud de los consumidores. Protección de intereses económicos legítimos. Derecho a la información y educación de los consumidores. Fomento de las asociaciones y derecho de audiencia.

**La Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU).** Supone la plasmación legal del mandato constitucional del artículo 51. Viene a ser una respuesta a la necesidad de protección al consumidor.

Objetivos de la LGDCU:

- Establecer procedimientos eficaces para la defensa de los consumidores y usuarios.
- Disponer el marco adecuado para favorecer el movimiento asociativo de consumo.
- Declarar los principios, criterios, obligaciones y derechos que configuran la defensa de los consumidores y usuarios y que habrán de ser tenidos en cuenta por los poderes públicos en las actuaciones y desarrollos normativos futuros.

Rasgos básicos de la LGDCU:

- La ley se aplica ante la existencia de un acto de consumo; proceda éste de una relación contractual o extracontractual.
- Los derechos contenidos en la LGDCU son irrenunciables.
- Recoge la moderna tendencia jurisprudencial y doctrinal sobre la responsabilidad: responsabilidad objetiva e inversión de la carga de la prueba.
- Establece ya un marco protector en las condiciones generales de contratación, válido hasta la aparición de la Ley 7/1998 de Condiciones Generales de Contratación.
- La LGDCU manifiesta la interdisciplinariedad de la materia: civil, mercantil, procesal, penal y en ámbitos como la salud pública; seguridad; productos industriales; comercio; alimentación; servicios financieros y seguros, etc.
- Potencia y regula el asociacionismo y confiere a las asociaciones legitimación para la representación y audiencia.

## ■ 2. COMPETENCIAS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

### 2.1. Las Comunidades Autónomas

La fórmula "consumo" o "protección a los consumidores" no tiene una asignación competencial concreta. Las CCAA han asumido en sus Estatutos de Autonomía las competencias relativas a consumo y comercio (equivalentes, según el TC).

En esa autoasignación de competencias por las CCAA hay que tener siempre en cuenta no traspasar el límite de las competencias exclusivas del Estado, en materia de derecho privado, comercio, contratos y responsabilidad extracontractual.

Aragón incorpora a su Estatuto de Autonomía la defensa del consumidor como competencia exclusiva (Art. 35. 1. 19): *Comercio interior y defensa del consumidor*

*y usuario, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio de Estado y de la legislación sobre defensa de la competencia.*

Competencia exclusiva: se refiere a legislativa plena, reglamentaria y ejecutiva. La aplicación de la LGDCU, será con carácter supletorio.

El Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón. Ley 8/1997 de 30 de octubre. Se define como una norma inspirada en los principios de la CE y en la normativa de la Unión Europea.

Título I. Disposiciones generales. Se establecen el objeto y los ámbitos subjetivo, objetivo y geográfico del Estatuto del Consumidor.

Título II. Derechos del Consumidor y Usuario. Se enumeran y desarrollan en la misma línea que las normas estatales y comunitarias.

Título III. Situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión. Se refiere a los grupos de protección especial, que merecen una especial atención por parte del legislador: menores, ancianos, enfermos y disminuidos.

Título IV. Infracciones, Sanciones e Inspección. Responde a la exigencia del principio de legalidad en el procedimiento sancionador y regula la Inspección de Consumo.

Título V. Relaciones entre la Diputación General de Aragón y las Entidades Locales. Atribuye ciertas facultades a los ayuntamientos en materia de Consumo.

## **2.2. La Administración Local**

El artículo 41 de la LGDCU encomienda también a los ayuntamientos el promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores en los siguientes aspectos:

- Información y educación de los consumidores mediante el establecimiento de OMIC.
- Inspección de productos y servicios, para comprobar su origen e identidad, cumplimiento de la normativa de precios, etiquetado, publicidad, higiene, sanidad y seguridad.
- Inspección técnica o técnico sanitaria, controles y análisis en la medida de los medios con que cuenten.
- Apoyar y fomentar las asociaciones de consumidores.
- Ejercer cierta potestad sancionadora en el marco de las leyes.

- La LRBRL atribuye a los municipios el ejercicio de competencias en los términos de la legislación del Estado y de las CCAA en materia de: abastos, mataderos, ferias, mercados y defensa de usuarios y consumidores.

## IV. EL CONSUMIDOR

### ■ 1. LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Programa preliminar de la Comunidad para una Política de protección y de información de los consumidores (aprobado por el Consejo, 14 abril, 1975).

1. La protección de la salud y la seguridad.
2. La protección de los intereses económicos.
3. La reparación de los daños.
4. La información y a la educación.
5. La representación.

Naciones Unidas, ONU - Consejo Económico y Social, 1983.

1. La seguridad física de los consumidores y su protección contra peligros potenciales.
2. La protección de los intereses económicos de los consumidores.
3. Acceso de los consumidores a la información necesaria para hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual.
4. Educación del consumidor.
5. Posibilidad de compensación efectiva al consumidor.
6. Libertad para constituir grupos u organizaciones de consumidores, y oportunidad de estas organizaciones de ser consultadas y de hacer oír sus opiniones por medio de representantes.

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

1. La protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad.
2. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
3. La indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.
4. La información correcta sobre los diferentes productos o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.

5. La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de disposiciones generales que les afecten directamente y la protección de sus intereses, todo ello a través de las asociaciones, agrupaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
6. Protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

Ley 8/1997, de 30 de octubre, del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón.

- a) La protección de la salud, calidad de vida, seguridad y a un medio ambiente adecuado.
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, así como a la indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- c) La información.
- d) La educación y a la formación permanente.
- e) La representación, mediante creación de asociaciones, agrupaciones, confederaciones de consumidores y usuarios.
- f) El derecho de audiencia en consulta y participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afecten directamente.
- g) A la protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

Artículo 2. Da una fórmula extensiva al principio de protección, extendiéndolo a toda la legislación aragonesa y la actuación de los poderes públicos.

## ■ 2. CONCEPTO DE CONSUMIDOR

Es necesario concretar el concepto "consumidor" dado que a partir de él se va a delimitar el sujeto de los derechos ya descritos y sólo a él se le van a aplicar todas las medidas tendentes a su protección.

Criterios que pueden orientar una definición:

1. En el tráfico económico. Consumidor: sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacción de sus propias necesidades, personales y familiares. Pretende hacerse con el *valor de uso* de lo adquirido. Se contrapone al término Empresario: adquiere el bien para incorporarlo a su proceso de producción o transformación, a fin de recuperar más tarde lo invertido. Lo adquiere como *valor de cambio*.

2. En un concepto amplio de consumidor, se configura la idea de consumidor final, de bienes y servicios para uso privado, tanto como adquirente de bienes de consumo como usuario de servicios públicos o privados. Destaca la idea del uso privado o uso no profesional.
3. Relación con la actividad. Es consumidor quien realiza un acto de consumo. Acto de consumo: es el acto jurídico, un contrato casi siempre, que permite obtener un bien o un servicio con vistas a satisfacer una necesidad personal o familiar. El acto material también consiste en utilizar el bien o servicio.

El concepto LEGAL de consumidor. Delimitar el ámbito de aplicación de una ley exige algo más preciso que definir los destinatarios de una determinada política de consumo o acción a favor de los consumidores.

LGDCU: *"No tendrán la consideración de consumidores o usuarios quienes sin constituirse en destinatarios finales, adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios, con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros."*

La referencia legal al destinatario final ha de ponerse en relación con el mercado; es decir, que el consumidor será destinatario final de los bienes o servicios cuando haga uso privado, personal y familiar y cuando se desprenda de ellos, siempre que no los vuelva a reintegrar al mercado.

Concepto de Consumidor en el Estatuto Aragonés de los Consumidores y Usuarios.

Coincide con la LGDCU; opta por el criterio de definición legal *"a los efectos de lo dispuesto en esta ley"*. Son consumidores y usuarios:

*Sujetos.* Las personas físicas. Las personas jurídicas. Las entidades asociativas sin personalidad jurídica.

*Acción.* Que adquieran, utilicen o disfruten como destinatarios finales.

*Dónde.* Dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón.

*Qué.* Bienes, productos, servicios o actividades.

*De quién.* Cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden.

# La educación y la información del consumidor



Francisca Pérez Jiménez  
Jefa de la Sección de Información y Formación  
Dirección General de Consumo

SUMARIO: I. LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA HISTORIA DEL CONSUMERISMO.- II. LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN. 1. LA POLÍTICA EUROPEA DE LOS CONSUMIDORES. 2. LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA. 3. LA POLÍTICA ESPAÑOLA DE LOS CONSUMIDORES (EL PLAN ESTRATÉGICO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR 2002-2005. 4. LA POLÍTICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN (EL ESTATUTO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS).- III. DIFERENCIAS ENTRE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR.- IV. AGENTES DE LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (LA RAIC): 1. ADMINISTRACIÓN AUTÓNOMICA. 2. ADMINISTRACIÓN LOCAL: OMIC. 3. ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.- V. MEDIOS Y SOPORTES.

## I. LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA HISTORIA DEL CONSUMERISMO

Si analizamos con detenimiento la historia de pueblos y civilizaciones, para revisar sus condiciones de vida y la forma de satisfacer sus necesidades (más o menos primarias, más o menos sofisticadas), concluiríamos afirmando que la sociedad de consumo nace con el hombre y sus problemas son tan antiguos como lo es el mundo en que vivimos.





Ejemplo: Hacia el 3200-7000 ac en Mesopotamia, para evitar la adulteración de productos, se implantó un sello que permitía cerrar recipientes y otros embalajes para garantizar la calidad y la cantidad de sus contenidos. Es el precursor de la etiqueta.

Finales S. XVIII (fabricación en serie) comienzan los problemas de la sociedad de consumo actual. Son los albores de la revolución industrial.

S. XIX y principios del XX se extiende el fenómeno.

Finales S. XIX, aparecen en Europa y USA las primeras organizaciones de Consumidores (En 1891, las Ligas de Consumidores inglesas exigen condiciones sanitarias decenas en los establecimientos).

Mediados S. XX el movimiento de defensa y educación de los consumidores se instala en el mundo occidental. En 1937 nace la primera asociación de consumidores en USA "Consumer's Union". En Europa aparece la primera asociación en 1947. El objetivo fundamental que se plantean es la información al consumidor mediante la realización de pruebas comparativas de productos y su difusión en publicaciones periódicas.

Década de los 60, se consolida como movimiento ciudadano y adquiere popularidad y también reconocimiento formal por parte de las Administraciones.

Impulso definitivo a la política de consumo en el discurso de J. F. Kennedy en el Congreso Norteamericano el 15 de marzo de 1962.

Año 1968, se crea la primera organización de consumidores en España, CEACU (constituida como Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Amas de Casa).

Año 1972, en la Carta Magna del Consejo de Europa, reconocimiento institucional del papel de los consumidores.

Año 1973, la CEE reconoce al Comité Consultivo de los Consumidores.

Año 1975, Primer Programa Preliminar de la CEE que reconoce al consumidor como poseedor de una serie de derechos:

1. Protección de la salud y seguridad.
2. Protección de sus intereses económicos.
3. A la información y a la educación.
4. Representación y consulta.
5. Indemnización por daños.

Año 1975, se crea el Instituto Nacional del Consumo.

Año 1978, Constitución Española (artículos 22, 51, 53 y 105).

Año 1981, Segundo Programa de la CEE y como acción prioritaria "la reflexión sobre el método de educación del consumo en la escuela".

Año 1984, Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, como desarrollo de lo legislado en el texto constitucional español.

Año 1985, la Asamblea General de las Naciones Unidas adopta directrices y entre ellas "La Educación del Consumidor debe llegar a formar parte integrante del programa básico del sistema educativo".

Año 1986, el Consejo de Ministros de Educación insta a los Gobiernos de los países miembros a la integración de la Educación del Consumidor en los Programas de Educación Primaria y Secundaria, para impartición durante la enseñanza obligatoria.

Año 1989, introducción de la Educación del Consumidor como materia transversal en el diseño curricular.

Año 1991, tratado de Maastrich, que indica la realización de acciones concretas para garantizar una información adecuada.

Año 1996, Ley Orgánica 5/1996, de 30 de diciembre, de Reforma del Estatuto de Autonomía de Aragón (artículos 35.1.19). Se asume la competencia exclusiva en materia de consumo.

Año 1997, Tratado de Amsterdam, que indica entre las acciones a realizar la de una mayor información y educación de los consumidores.

Año 1997, Ley 8/1997, de 30 de octubre, del Estatuto del Consumidor y Usuario de la C. A. de Aragón (artº 4 Derechos de los consumidores y usuarios).

## II. LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN

### ■ 1. EN LA POLÍTICA EUROPEA DE LOS CONSUMIDORES

El Mercado Común supuso nuevos retos a los problemas de consumo:

- reclamación de un producto defectuoso a empresa con sede en otro país
- la información sobre un producto en otro idioma.

El tratado CEE (Roma, 1957) no incluye medidas de protección al consumidor.

Estas medidas de protección se instrumentan a través de PROGRAMAS DE ACCIÓN (contienen principios, objetivos y medidas previstas para los años siguientes).

En los años sesenta, coincidiendo con el crecimiento económico, crece el interés comunitario por la defensa de los consumidores. Los antecedentes del Derecho comu-

nitario en protección de los consumidores se suelen situar en la Cumbre de PARÍS de 1972 donde quedó constancia de la necesidad de desarrollar una política comunitaria de información y protección de los consumidores y del desarrollo de unos Programas de acción en este sentido.

PRIMER PROGRAMA (año 1975), recoge los cinco derechos básicos:

Derecho a:

- protección de la salud y seguridad
- protección de los intereses económicos
- reparación de daños
- información y educación
- representación

SEGUNDO PROGRAMA (en 1981), que abarca el periodo 1981-1986, donde se ven los primeros frutos.

Se ratifican los objetivos anteriores y se aprueban varias directivas en protección de los consumidores:

TERCER PROGRAMA o PROGRAMA DE NUEVO IMPULSO a la política de protección de los consumidores que comprende los años 1985 y 1986, donde ve la luz el Libro Blanco del Mercado Interior que no contiene medidas directas.

Acta Unica Europea (1986):

Reforma el Tratado de Roma. Se incluye por primera vez una alusión expresa a la protección de los consumidores.

Artº 100 A 3: "La Comisión en sus propuestas previstas en el apartado I referente a la aproximación de las Legislaciones en materia de salud, seguridad, protección del medio ambiente y protección de los consumidores, se basará en un nivel de protección elevado".

Se crea en la Comisión: El Servicio de Política de los Consumidores y se desarrollan planes de acción.

Después de un pequeño paréntesis coincidente con un periodo de crisis económica se retoma la acción comunitaria con: Planes de acción (trial).

I Plan Trial de acción sobre Política de los consumidores, 1990-1992.

Prioridades: conciliar los intereses de productores y consumidores para aumentar las transacciones en el Mercado Único.

Tratado de Maastrich (1992):

Se produce una consolidación de la Política de los consumidores y modifica el tratado de constitución de la CEE.

Hay dos menciones específicas: artº 3 y artº 129 A.

Se refuerza el fundamento jurídico de la política de protección a los consumidores en el Título XI en el que se exige que la UE adopte una serie de acciones concretas que complementen y apoyen la política de los países miembros a fin de proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores y de garantizarles una información adecuada.

II Plan Trienal de acción sobre Política de los consumidores, 1993-1995.

Objetivo: el desarrollo de un Mercado único al servicio de los consumidores.

Dos tipos de medidas: consolidación del Derecho vigente y actuaciones de carácter prioritario como:

- mejora de la información al consumidor
- ampliar y facilitar la concertación
- favorecer el acceso a la justicia y reglamentación de los litigios

En 1995 se crea la Dirección General XXIV de Política de los Consumidores.

III Plan Trienal de acción sobre Política de los consumidores, 1996-1998.

Se marcan entre otros objetivos:

- mejorar la educación e información al consumidor
- proteger al usuario de servicios financieros
- avanzar en la representación de los consumidores
- mejorar la información del consumidor para que pueda autoprotgerse

Tratado de Amsterdam (1997):

Se incrementan los objetivos asignados para la protección de los consumidores: No sólo debe velar por un alto nivel de protección a los consumidores, sino que se encargará de salvaguardar y promover los cinco derechos reconocidos en 1975.

Se crea la Dirección General XXIV de Política de los Consumidores y de la Protección de su Salud, y tiene entre otros cometidos los de:

- reforzar la confianza de los consumidores mediante una mayor información y educación, desarrollar y favorecer el diálogo entre la Comisión y las organizaciones de consumidores, asegurar que los intereses de los consumidores tengan una consideración adecuada en el resto de las políticas comunitarias.

IV Plan Trienal de acción sobre Política de los consumidores, 1999-2001.

Parte de la nueva configuración de los mercados, su globalización y la evolución de las nuevas tecnologías.

Entre las acciones que se proponen están la de una **mejor información y educación** para los consumidores con iniciativas destinadas a **mejorar la calidad de la información en los colectivos desfavorecidos** en relación a la implantación del euro y otros temas, **contribuir a la promoción de la educación de los consumidores** de los estados miembros apoyando especialmente el desarrollo de los materiales didácticos y la formación de los profesores. Es decir, acciones cuyos referentes sean la educación del consumidor.

## ■ 2. EN LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978

### Art. 22:

reconoce el derecho de asociación.

### Art. 51:

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

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

3. En el marco de lo dispuesto en los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de la autorización de los productos comerciales.

### Art.53:

3. El reconocimiento, el respeto y la protección de los principios reconocidos en el capítulo tercero, informará la legislación positiva, la práctica judicial y la actuación de los poderes públicos.

### Art. 105:

La ley regulará la audiencia de los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones y asociaciones reconocidas por la ley, en el procedimiento de elaboración de las disposiciones administrativas que les afecten.

## ■ 3. EN LA POLÍTICA ESPAÑOLA DE LOS CONSUMIDORES

Estos artículos de la Constitución tuvieron su desarrollo en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Ley 26/1984, de 19 de julio, que en su artículo 2 establece los derechos básicos de los consumidores y usuarios y entre ellos "la in-

**formación** correcta sobre los diferentes productos o servicios y la **educación y divulgación**, para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute".

Estos derechos se desarrollan en los capítulos IV y V, contemplando también estas acciones como fines a asumir por las asociaciones de consumidores y usuarios especialmente en relación a sus socios (capítulo VI), y asimismo establece en el capítulo X las competencias de las corporaciones locales, y entre los aspectos a contemplar para promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores está en primer lugar "la información y educación de los consumidores y usuarios, estableciendo las oficinas y servicios correspondientes, de acuerdo con las necesidades de cada localidad".

Desde nuestra incorporación a la Unión Europea, la política española en materia de consumo, tiene que cumplir con las directrices de la UE marcadas por la Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores, por lo que el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través del Instituto Nacional del Consumo que es el organismo competente en armonizar las políticas de las distintas comunidades autónomas en relación con los planes europeos, establece con una periodicidad cuatrienal las líneas estratégicas de consumo a través del PLAN ESTRATÉGICO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. Actualmente estamos en el que corresponde al periodo 2002-2005 y entre sus objetivos está:

"**Crear la conciencia colectiva de consumidor**" y entre las actividades que se deben realizar se proponen: La promoción de la educación del consumidor mediante actuaciones dentro de la enseñanza reglada no universitaria, para controlar el desarrollo del contenido transversal sobre consumo dentro del aula, la formación del profesorado, la institucionalización de la colaboración entre las Administraciones públicas responsables en Consumo y en Educación, la elaboración de materiales didácticos, su inclusión en los libros de texto y la promoción de foros de participación en los centros escolares públicos y privados.

#### ■ 4. EN LA POLÍTICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN

La educación y la información son dos derechos básicos de los consumidores y usuarios en nuestra Comunidad Autónoma, y como tales se recogen en el artículo 4 del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón, Ley 8/1997, de 30 de octubre.

##### **Derecho a la información**

El derecho a la información tiene su ámbito de aplicación en un buen número de artículos de nuestro Estatuto, que ha continuado desarrollamos:

Artículo 10. - Campañas de información. Se indican las clases de campañas, así como los productos y servicios objeto de las mismas. Entre los objetivos de las mismas se encuentra "el conseguir la adecuada formación e información de los consumidores".

Artículo 21. - Principio General. Derecho a recibir una información veraz, completa, objetiva y eficaz sobre las características esenciales de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado.

Artículo 22. - Extensión del derecho de información, tanto en el etiquetado, como a la dada en los establecimientos y en los medios publicitarios; será veraz y objetiva.

Artículo 23. - Fomento de la información a través de diversas actuaciones.

Artículo 24. - Protección de las lenguas y modalidades lingüísticas de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Artículo 25. - Oficinas de información al consumidor y usuario, servicios que se establecen para facilitar a los consumidores la información y el asesoramiento precisos.

Artículo 26. - Coordinación de las oficinas de titularidad pública para facilitar el desarrollo de las distintas competencias.

Artículo 27. - Funciones de las oficinas de información al consumidor y usuario; artículo donde se establece la información como la primera competencia.

Artículo 28. - Obligaciones de las Administraciones públicas para con las oficinas de información al consumidor.

Artículo 29. - Etiquetado y precio. Exigencia en el cumplimiento de la normativa.

Artículo 30. - Tráfico inmobiliario de viviendas con la información particularmente exigible al que se desarrolle en la Comunidad Autónoma de Aragón.

Artículo 31. - Campañas orientadoras e informativas a los usuarios de servicios.

Artículo 32. - Información en los medios de titularidad pública, donde se habilitarán espacios y programas no publicitarios a la información de consumidores finales de los bienes y servicios.

### **Derecho a la educación y la formación permanente**

Este derecho de los consumidores se recoge en el Capítulo IV de nuestro Estatuto:

Artículo 33. - Principio general.

1. El Gobierno de Aragón promoverá la educación y la formación permanentes de los consumidores y usuarios con la finalidad de que puedan tener conocimiento efectivo de sus derechos y obligaciones y, en consecuencia,

puedan desarrollar un comportamiento en libertad y responsabilidad en el consumo de bienes y en la utilización de servicios.

2. Para el cumplimiento de estos fines, la Diputación General de Aragón adoptará las oportunas medidas conducentes a: a) La formación especializada de educadores en materia de consumo. b) La acogida en el sistema educativo, con prioridad en sus primeros niveles y su inclusión dentro de los programas escolares, de las enseñanzas en materia de consumo. c) La organización y desarrollo de programas especializados de formación de técnicos y personal de asociaciones de consumidores y de la propia Administración en el área de consumo. Se fomentará en especial la formación continuada de quienes, dentro de la Administración, desarrollen funciones de ordenación, inspección, control de calidad e información en materia de consumo.
3. Las asociaciones de consumidores y usuarios y los agentes sociales implicados en tareas educativas serán oídos en la elaboración de los citados programas.
4. El Departamento competente en materia de consumo y el de Educación y Cultura colaborarán en la adopción de las medidas enunciadas en el número anterior.

Artículo 34. - Medios de comunicación social de titularidad pública. La Diputación General de Aragón promoverá la educación de los consumidores y usuarios a través de los medios de comunicación social de titularidad pública, los cuales dedicarán, a tales efectos, en sus respectivas programaciones, espacios no publicitarios en la forma que reglamentariamente se determine.

### III. DIFERENCIAS ENTRE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR

INFORMACIÓN:	ADQUISICIÓN / CAMBIO DE CONOCIMIENTOS
FORMACIÓN:	ADQUISICIÓN / CAMBIO DE HABILIDADES
EDUCACIÓN:	ADQUISICIÓN / CAMBIO DE HÁBITOS

La INFORMACIÓN es el contenido de un mensaje. Puede ser algo que tengamos almacenado en nuestra memoria, pero también en la de un ordenador o en otros soportes como libros, CDs, folletos, vídeo, etc.

El flujo de la información se compone de 3 partes:





La información es unilateral.

La EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR se puede definir como "un proceso permanente que tiene por finalidad aportar al consumidor/a (de forma gradual, secuenciada y acorde con su nivel evolutivo) toda una serie de elementos cognoscitivos, procedimientos y técnicas de trabajo que le permitan desarrollar actitudes conscientes, críticas y solidarias; sintiéndose satisfecho de actuar de forma responsable ante los hechos de consumo".

En definitiva, pretende contribuir al desarrollo integral del alumno/a, dotándole de conceptos, procedimientos y aptitudes que posibiliten la construcción de una sociedad de consumo cada vez más justa, solidaria y responsable, capaz de mejorar la calidad de vida de todos sus ciudadanos, sin deteriorar el entorno.

Así pues la información tiene como protagonista a todos los consumidores y usuarios potenciales, la formación al personal responsable de oficinas y servicios al consumidor, al profesorado, así como los alumnos de los centros de formación de adultos, y la educación se circunscribiría a los alumnos/as de la enseñanza reglada como materia transversal.

Por tanto concretaríamos el término la EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR a "toda acción escolar que tiene como objetivo aportar a los alumnos/as elementos de todo tipo que les permitan situarse ante la sociedad de consumo como consumidores conscientes, críticos, responsables y solidarios, y que basa su acción en capacitar al alumnado para filtrar la información que recibe, tomar decisiones consumeristas y responsables, comprender y situar los fenómenos derivados del consumo, la publicidad, el marketing, etc."

#### IV. AGENTES DE LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Los responsables de la información y la educación del consumidor en Aragón son los integrantes o componentes de la RED ARAGONESA DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y USUARIO:

- ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA
- OFICINAS DE ENTIDADES LOCALES (OMIC)
- OFICINAS DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS
- PUNTOS DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

## La educación y la información al consumidor en las OMIC y las asociaciones de consumidores

Entre las funciones de estas oficinas de información al consumidor que vienen enumeradas en el artículo 27 de la Ley 8/1997, de 30 de octubre, del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón, están:

- a) Informar, ayudar y orientar a los consumidores y usuarios para el adecuado ejercicio de sus derechos.
- b) Recibir, registrar y acusar recibo de denuncias y reclamaciones de los consumidores y usuarios y remitirlas a las entidades u órganos correspondientes y hacer un seguimiento de las mismas para informar debidamente a los interesados.
- c) Elevar a instancia de las partes interesadas, solicitud de dictamen o, en su caso, de arbitraje al órgano correspondiente, acompañando a la citada solicitud información completa y detallada de la cuestión.
- d) Suministrar en el caso de las oficinas de titularidad pública, a través de los órganos correspondientes del Departamento de la Diputación General de Aragón que tenga atribuida la competencia en materia de consumo, la información requerida por las distintas Administraciones públicas.
- e) Realizar tareas de educación y formación en materia de consumo.
- h) Realizar campañas informativas tendentes a conseguir un mejor conocimiento por parte de los consumidores y usuarios en relación con sus derechos y obligaciones, así como desarrollar programas dirigidos a mejorar el nivel de educación y formación de los mismos. Para el desarrollo de campañas y programas, se contará con las propuestas y colaboración de las asociaciones de consumidores existentes dentro del ámbito de actuación.

## V. MEDIOS Y SOPORTES

La Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón es el órgano administrativo responsable de desarrollar las competencias en materia de consumo. En relación a las áreas de Información y Educación se describen las diversas acciones a través que se realizan ambos cometidos.

### MARCO DEL ESTATUTO

SUBVENCIONES: Decreto 53/1998

- Orden convocatoria anual

- Centros docentes
- APAS
- CPR

#### ACTIVIDADES:

- Cursos Formación: profesores  
futuros profesores  
diploma de especialización en Consumo
- Encuentros de profesores
- Materiales didácticos
- Certámenes y concursos
- Exposiciones de talleres didácticos
- Apoyo a la investigación educativa
- Publicaciones

#### FORMACIÓN INTERNA:

- Temas novedosos
- Metodología

#### PARTICIPACIÓN:

- Grupo de trabajo en el INC
- Red de Educación del Consumidor
- Comisión mixta Sanidad y Consumo/Educación

#### INDIRECTAMENTE:

Para la realización de actividades de información, formación y educación:

- Subvenciones a Asociaciones de Consumidores
- Subvenciones a OMIC

#### DOCUMENTACIÓN

- Centro de Información y Documentación Aragonés de Consumo
- Página web: [www.aragob.es/consumo](http://www.aragob.es/consumo)  
[portal.aragob.es](http://portal.aragob.es)

#### INFORMACIÓN DIRECTA

- Oficinas de la Dirección General de Consumo y de los Servicios Provinciales
- Teléfono gratuito de información al Consumidor: 900 12 13 14

## DIVULGACIÓN

- Publicaciones: Libros
  - Folletos
  - Agenda
  - Revista Consumo-Aragón
- Centros de Profesores y Recursos
- Prensa: Heraldo Escolar, El Periódico Escolar
- Otros medios de comunicación

# Asociaciones de consumidores



Carlos Manuel Lasierra Rigal  
Escuela Universitaria de Estudios Sociales  
Universidad de Zaragoza

En el artículo 35 del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad de Aragón dice:

1. La Diputación General de Aragón promoverá la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios para la información, educación y defensa de los intereses de éstos. Dichas asociaciones podrán constituirse tanto con arreglo a la normativa sobre asociaciones como a la dictada en materia de sociedades cooperativas, siempre que entre sus fines figuren la educación y formación de sus socios, así como la educación, formación y defensa de los consumidores y usuarios en general, y estén obligados a constituir un fondo con tal objeto.
2. Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán ser declaradas de utilidad pública, integrarse en agrupaciones y federaciones de idénticos fines, percibir ayudas y subvenciones, representar a sus asociaciones y ejercer las correspondientes acciones en defensa de los mismos, de la asociación o de los intereses generales de los consumidores y usuarios, conforme a lo establecido en la normativa vigente.
3. Para poder gozar de cualquier beneficio que les otorgue la presente Ley y las disposiciones que la complementen y desarrollen, las asociaciones de consumidores y usuarios deberán figurar inscritas en el Registro que al efecto se llevará en el Departamento que tenga atribuida la competencia en materia de consumo y reunir las condiciones y requisitos que reglamentariamente se establezcan para cada tipo de beneficio. En la determinación reglamentaria de las condiciones y requisitos se tendrán en cuenta, entre otros, criterios de im-

plantación territorial, dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón, número de asociados y programa de actividades a desarrollar.

4. No podrán disfrutar de los beneficios reconocidos en esta Ley las asociaciones en que concurra alguna de las siguientes circunstancias:
  - a) Incluir como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.
  - b) Percibir ayudas o subvenciones de empresas que pongan en el mercado productos o servicios a disposición de los consumidores o usuarios.
  - c) Realizar publicidad comercial o no meramente informativa de productos, servicios o actividades.
  - d) Dedicarse, salvo en el supuesto de las cooperativas a que se refiere el apartado uno de este artículo, a actividades distintas de la defensa de los consumidores y usuarios.
  - e) Actuar con manifiesta temeridad judicialmente apreciada.

Una Asociación de Consumidores se forma agrupando los Vecinos

- de un barrio
- de una calle
- de un pueblo, una ciudad, etc.
- de una comunidad
- o de un colectivo
  - de la tercera edad
  - de mujeres
  - de impositores

Debe solicitarse la inscripción en el Registro General de Asociaciones y posteriormente en el Registro de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Se redactarán unos Estatutos, en donde se incluirá:

- **Ámbito de actuación**
  - de la Comunidad
  - de la Ciudad
  - del Barrio
  - de un pueblo, etc.
- **El domicilio** en la sede de la asociación

en los locales del Ayuntamiento  
Agrupación de propietarios  
Un local de alquiler

### Para la condición de **SOCIO**

Tendrá carácter abierto, se puede inscribir quien sea persona física mayor de 18 años y con plena capacidad de obrar y vecino (de la calle, del barrio, de la colectividad, etc.).

### La **BAJA**

Es voluntaria y nadie puede ser expulsado, salvo que actúe contra el espíritu/fines de la asociación y mediante expediente disciplinario y tramitado por la Junta Directiva y con audiencia del interesado.

La Baja se produce

- 1º De forma voluntaria
- 2º Falta de pago
- 3º Acuerdo de la Asamblea General

Extraordinaria por su conducta contra la Asociación y fines de la misma.

El **ALTA** se solicita por escrito y se abona la cantidad anual que se acuerde.

### ■ **DERECHOS DE LOS ASOCIADOS**

- 1º. Tener voz y voto en las Asambleas Generales.
- 2º. Elegir y ser elegido como miembros de los órganos de gobierno.
- 3º. Exponer las quejas por escrito a la Junta Directiva, sugerencias o propuestas.
- 4º. Solicitar información de la marcha de la Asociación.
- 5º. Participar en los actos que organice.
- 6º. Recibir información de la Asociación.

### ■ **DEBERES DE LOS ASOCIADOS**

- 1º. Contribuir al sostenimiento de la Asociación con las cuotas que se fijen.
- 2º. Cumplir los acuerdos que se adopten.
- 3º. Colaborar con sus actividades.

## ■ ÓRGANOS DE GOBIERNO

**ASAMBLEA GENERAL:** Órgano supremo de la Asociación integrada por sus asociados, que adoptarán acuerdos por mayoría.

Las Asambleas convocadas por el Presidente dirigidas al domicilio de cada socio con el Orden del Día.

Cada socio de los presentes podrá representar por escrito hasta 3 socios.

La Asamblea General Ordinaria se celebrará en el último trimestre del año para conocer:

- 1º. La actuación de la Junta Directiva y aprobar, en su caso, la gestión.
- 2º. Examen y aprobación, si procede, de la Memoria anual, balance y presupuesto.
- 3º. Adoptar las resoluciones que se estimen convenientes.

Con carácter extraordinario la Asamblea se reunirá:

- a) Cuando el Presidente lo estime conveniente.
- b) A solicitud de miembros de la Junta Directiva, la quinta parte de los asociados, mediante escrito al Presidente.

## ■ COMPETENCIA DE LA JUNTA EXTRAORDINARIA

La JUNTA DIRECTIVA formada por:

Presidente

Vicepresidente

Secretario

Tesorero

Y mínimo 2 vocales

## ■ FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA

Los miembros de una Junta Directiva no podrán ser socios de otra.

El periodo de mandato, 4 años, prorrogable y la renovación será de la mitad de sus miembros.

Son nombrados por la Asamblea mediante votación directa para cada uno de los puestos.



Las reuniones de la Junta Directiva, una vez al mes, serán válidas con la asistencia de la mayoría de miembros.

Para el cumplimiento de los fines reseñados, la Asociación se dotará de las Comisiones de asesoramiento, información y servicios, tanto internos como externos, que sean necesarios. A estos efectos quedarán inicialmente constituidas, en principio, las siguientes áreas de trabajo:

- Sector Financiero
- Sector de Seguros
- Comercio Electrónico
- Vivienda
- Medio ambiente
- Turismo
- Servicios
- Tercera Edad, etc.

#### ■ RÉGIMEN ECONÓMICO

Los recursos de una Asociación para el desarrollo de sus fines serán los siguientes:

- 1) Las cuotas de los asociados.
- 2) Los donativos, herencias y legados que sean aceptados por la Junta Directiva, así como las subvenciones que puedan ser concedidas por los organismos de la Administración del Estado, Diputación General de Aragón, Diputación Provincial, Ayuntamiento de Zaragoza o cualquier otra Entidad pública o privada.
- 3) Los intereses que produzcan los fondos de la Asociación, así como los ingresos procedentes del patrimonio que puedan poseer.
- 4) Cualesquiera otros ingresos que se arbitren a través de las actividades a realizar por la Asociación.

Además, las Asociaciones deben incluir en sus Estatutos, articulado sobre modificaciones de Estatutos, el asociacionismo con otras Asociaciones (Federaciones, etc.) y también la posibilidad de la disolución de la Asociación.

#### ■ CONSEJO ARAGONÉS DE CONSUMIDORES

En el Estatuto de Consumidores y Usuarios, en su artículo 37, se crea como órgano de representación y de consulta, dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma, el Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios.

Dicho Consejo se compondrá de 15 miembros distribuidos de la forma siguiente:

- a) Trece miembros que representarán a las Asociaciones de Consumidores inscritas en el Registro que hoy lleva la Dirección General de Consumo y también las Cooperativas de Consumo con una mayor implantación y un mayor número de asociados en el ámbito de la Comunidad Autónoma.
- b) Dos miembros designados en la actualidad por la Dirección General de Consumo, entre personalidades especialmente competentes en materia de Consumo.

El citado Consejo deberá ser consultado en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general referidas a la ejecución del Estatuto, de la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial en Aragón y, en general, en todos los demás casos que, con carácter preceptivo, se establezca la audiencia de las asociaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios.

El Consejo elegirá libremente a su Presidente, Vicepresidente, Secretario y Vocales con arreglo a su propio Reglamento.

#### ■ FUNCIONES DEL CONSEJO

Al Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios le corresponden las siguientes funciones:

- a) Proponer a las asociaciones, federaciones, confederaciones y cooperativas integradas en el mismo, para participar en los órganos colegiados, organismos, entidades públicas y privadas de ámbito autonómico, en los que deben estar representados los consumidores y usuarios.
- b) Formular cuantas propuestas sean estimadas de interés en materia de defensa de los derechos de los consumidores y asesorar a los órganos de la Administración autonómica en materia de consumo.
- c) Solicitar información a las Administraciones Públicas competentes sobre materias de interés general o sectorial que afecten a los consumidores y usuarios.
- d) Llevar a cabo estudios específicos sobre consumo, mercados y abastecimiento de productos y servicios.
- e) El Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios elaborará anualmente un informe sobre su actividad, política global en materia de consumo y sugerencias a los órganos de la Diputación General de Aragón en el ámbito de sus competencias.

# Movimiento social de los consumidores. Pasado, presente y futuro de las asociaciones de consumidores

Agustina Laguna Trujillo  
Presidenta de F.U.C.I

1. LOS INICIOS DEL MOVIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES
2. LA POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA
3. ETAPAS DE DESARROLLO
4. LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
5. MODELO ORGANIZATIVO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
6. CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS
7. LA NECESIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES. ACTUACIONES GENERALES
8. ACTIVIDADES DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES



## 9. LOS RETOS DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES. GLOBALIZACIÓN DE LAS ECONOMÍAS. IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN

### EL MOVIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES A NIVEL MUNDIAL

"Todos somos, por definición, consumidores", afirmó el presidente Kennedy, en un mensaje al Congreso de los EE.UU., el 15 de marzo de 1962. También podría decirse que al menos desde que el ser humano dejó de autoabastecerse y surgió un mercado, más allá del simple trueque de mercancías, siempre hubo, por definición, consumidores, es decir, destinatarios finales de bienes y servicios producidos por otros.

Sin embargo, el concepto de consumidor como sujeto al que se le reconocen unos derechos específicos como los recogidos en aquella primera declaración institucional norteamericana de 1962 que hoy forman parte del ordenamiento jurídico de muchos países (incluso con rango constitucional, como en el nuestro), es un fenómeno reciente.

El concepto de consumidor con unos derechos específicos y con unos intereses no coincidentes (aunque no necesariamente siempre opuestos) con los de la producción y la distribución surge como consecuencia de la segunda revolución industrial, en la llamada sociedad de consumo, cuando, a pesar de la mejora en la calidad de vida y las posibilidades que se le ofrecen a amplias capas sociales de acceder a multitud de nuevos bienes y servicios, se hace patente el nivel de subordinación de la demanda frente a la oferta en el mercado.

De ahí la importancia que para el buen funcionamiento del mercado, para la mejora de la calidad de los productos y la competitividad de las empresas, tiene que los consumidores tomen conciencia de tales, se organicen y defiendan sus intereses colectivamente, de modo que el mercado pueda funcionar correctamente; o que, de no ser así, se corrijan sus imperfecciones mediante una regulación que tenga en cuenta los intereses de todos: oferta y demanda.

### LA POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA. ETAPAS QUE HAN MARCADO SU DESARROLLO

El desarrollo de las políticas de consumo en España en las últimas dos décadas responde a la plasmación de la obligación impuesta por el artículo 51 de la Constitución a los poderes públicos, de "garantizar la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos". En virtud de este principio, la política de consumo establece las reglas comunes de transparencia del mercado y fomenta la calidad de los productos y la competitividad de los productores.

Así, junto al desarrollo de la protección al consumidor desde la esfera de las instituciones europeas, la política de protección a los consumidores y usuarios también ha ido adquiriendo en España una identidad propia. Su naturaleza de principio constitucional, rector de la política social y económica, se ha traducido también en la necesidad de la consideración del consumidor en todas las áreas de actuación de los poderes públicos, en lo que se ha venido en llamar "horizontalidad" de la obligación de defensa y protección del consumidor, vertiente clave y aún no suficientemente desarrollada de la política de consumo.

La tardía incorporación de España a la moderna sociedad de consumo y las lagunas existentes en protección de los consumidores, ya entrada la década de los ochenta, requirieron el planteamiento prioritario de la elaboración del entramado normativo de la política de consumo, la coordinación entre las distintas Administraciones públicas y el fomento del movimiento asociativo.

## MARCO JURÍDICO

En el plano normativo de la protección al consumidor, la Ley 26/1984, General para la Defensa de los consumidores y usuarios, constituyó un importante pilar.

La Ley es el soporte jurídico primario de las políticas de protección al consumidor, incorporando como pilares de la misma los seis derechos básicos del consumidor reconocidos en su artículo 2 y desarrollados en el texto legal:

- Protección contra los riesgos que afecten a la salud o a la seguridad.
- Protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- Indemnización o reparación de los daños o perjuicios sufridos.
- Información correcta sobre los bienes y servicios, formación y educación de los consumidores.
- Audiencia en consulta, participación en la elaboración de las disposiciones generales que les afecten y representación de sus intereses a través de las asociaciones en que se organicen.
- Protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

Estos derechos marcan también las áreas de la protección al consumidor en las que deberían centrar su actuación los poderes públicos. En la configuración actual de la política de consumo en España han influido decisivamente varios momentos.

- Por una parte, a partir de la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea en 1986, el rumbo de las políticas de consumo ha tenido que transcurrir, lógicamente, en paralelo a las sucesivas fases y pautas marcadas desde el entorno comunitario tanto en lo tocante a prioridades de actuación, como en el plano normativo a través de la transposición de Directivas.
- En segundo lugar, en 1990 se aprobó el desarrollo legislativo del derecho a la representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones, el Real Decreto 825/1990, por el que se crea el Consejo de Consumidores y Usuarios, como órgano central para canalizar dicho derecho, estableciéndose también los criterios de ordenación del movimiento asociativo.
- En 1992 se consumó el proceso de transferencias de las competencias en materia de consumo a las Comunidades Autónomas. Más tarde, el Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo supuso el revestimiento legal de un sistema gratuito de resolución extrajudicial de conflictos en materia de consumo, en línea con las recomendaciones que poco después la Comisión Europea incluiría en su Libro Verde sobre Acceso de los consumidores a la justicia y solución de litigios en materia de consumo en el mercado único.

## ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES: MODELOS ASOCIATIVOS

Desde un punto de vista funcional, las asociaciones de consumidores se han desarrollado en España bajo tres modelos, los cuales se pueden dividir a su vez en esquemas más específicos. Así, puede establecerse la siguiente clasificación:

- Asociaciones derivadas de movimientos sociales. En este caso la asociación tiene sus orígenes en movimientos colectivos que sienten preocupación por los intereses del consumidor y abordan su problemática y defensa. Es el caso de los movimientos sociales imbricados en movimientos más amplios que cobran independencia funcional y jurídica más adelante. De esta manera es como se crean la mayoría de las asociaciones de consumidores existentes en la actualidad y de las que forman parte también las asociaciones de amas de casa y los movimientos vecinales, que tratan la problemática del consumo hasta conseguir una presencia propia y activa en el movimiento consumerista.
- Asociaciones que desarrollan la defensa del consumidor a través de actividades económicas. En este grupo estarían situadas dos tipos de asociaciones: primero, las asociaciones cuya actividad consumerista se basa en la edición de

revistas especializadas en consumo, cuyos suscriptores son socios de la asociación, y en la cual la editorial es propiedad de la asociación de consumidores; y en segundo, las cooperativas de consumidores y usuarios que agrupan los deseos de éstos, de abastecimiento de distintos productos y servicios a relaciones de calidad-precio más ventajosas que las del mercado y sobre las cuales tienen poder de decisión.

- Asociaciones especializadas o sectoriales. Son aquellas que defienden al consumidor en una parcela de la actividad de éste. Son las últimas en aparecer y constituirse, debiéndose a la creciente complejidad y problemática de algunos campos y la necesidad que han encontrado grupos de consumidores y usuarios de afiliarse para defender sus derechos particulares en estos mercados. Sus actividades se centran en el sector bancario, seguros, comunicaciones, sanitario, etc...

## ACTIVIDADES DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

La influencia de las organizaciones de consumidores es creciente en nuestro país.

Así, en el ámbito de la formación e información del consumidor (uno de los aspectos esenciales para la defensa del ciudadano) hay una influencia más que notable de las revistas y publicaciones de consumo, cuya calidad y difusión son remarcables.

No menos significativa ha sido la participación de las organizaciones de consumidores en la introducción de la educación del consumidor en las escuelas.

Otra apuesta destacada de las asociaciones es su plena colaboración con el Sistema Arbitral de Consumo, como mecanismo extrajudicial ágil y gratuito para la resolución de conflictos de consumo.

En el ámbito de las denuncias es de destacar su influencia en temas diversos que afectan a los intereses económicos de los consumidores, a las lesiones, a su salud y seguridad.

## LOS RETOS DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Las asociaciones de consumidores deben encontrar nuevos caminos para mejorar, en la medida de lo posible, su posición en la sociedad, y por lo tanto, cobrar una mayor influencia en beneficio de sus representados.

El asociacionismo de consumo debe abordar diversos retos que en su mayoría coinciden con los problemas del asociacionismo en general en España.

La colaboración entre asociaciones es un aspecto en el que se viene trabajando, obteniendo resultados satisfactorios. Así, es cada vez más frecuente encontrar opiniones unánimes sobre temas de interés común y ejercer una presión política y social mayor, aprovechando las sinergias creadas por las distintas asociaciones. Esta debe ser una directriz en las líneas de trabajo en el futuro.



# Oficinas Municipales de Información al Consumidor

Juan Miret Nagore  
Jefe del Servicio de Consumo. Ayuntamiento de Zaragoza

## 1. INTRODUCCIÓN. GÉNESIS Y ANTECEDENTES

- La Política Local de Consumo hasta la década de 1980-90.
- El art. 51 de nuestra Constitución y el "Síndrome tóxico". El Congreso de la colza.
- El nacimiento de las O.M.I.C. El Sistema Mixto de Protección a los Consumidores.

## 2. DESARROLLO Y FUNCIONES

- Tratamiento legal de las competencias y funciones de las O.M.I.C., de la Ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. La Ley 8/1997 del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón.
- Tratamiento real de las funciones de las O.M.I.C. Los distintos modelos organizativos. La Información y Formación de los Consumidores. El apoyo a Asoc-



ciaciones de Consumidores. La importante labor de mediación en relación con las vías de reclamación de los consumidores.

- Panorama actual de la red de O.M.I.C. en nuestro país. Especial referencia a nuestra Comunidad Autónoma de Aragón.

### **3. LAS O.M.I.C. Y EL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO**

- Las O.M.I.C. como sede de las Juntas Arbitrales de Consumo.
- Las relaciones entre O.M.I.C. y Juntas Arbitrales de Consumo.

### **4. EFICACIA. PERSPECTIVAS Y FUTURO DE LA O.M.I.C.**

- Resultados de trabajo de las O.M.I.C.
- La estabilidad y posibilismo de la Política Local de Consumo.
- Las estructuración y mejora de los Servicios. Intervención de las Federaciones de Municipios y Provinciales.

# Sistema Arbitral de Consumo: procedimiento



**Carlos Peñasco Gil**  
Jefe del Servicio del Consumidor  
Dirección General de Consumo

**Consulta:** Solicitud de información sobre cualquier tema relacionado con el consumo, pudiéndose derivar en función del resultado, en queja, denuncia o reclamación.

**Queja:** Refleja un malestar o descontento por parte del consumidor frente al que el Ordenamiento Jurídico no prevé ninguna reacción. Las quejas representan un medio idóneo para las autoridades a efectos de conocer las inquietudes de los ciudadanos, y en su caso, proceder a las reformas legales necesarias que las amparen.

**Denuncia:** Puesta en conocimiento por parte del denunciante ante la Administración de un hecho tipificado como infracción administrativa, y por lo tanto, susceptible de ser sancionado tras la instrucción del correspondiente expediente administrativo. Se deriva al Servicio Provincial de Salud, Consumo y Servicios Sociales competente.

**Reclamación:** En sentido estricto, puesta en conocimiento por parte del reclamante de una vulneración del derecho privado y de sus particulares intereses económicos. Implica una petición de cumplimiento, restitución o resarcimiento por parte del consumidor frente al reclamado.

La reclamación en sentido amplio (Hojas de reclamaciones) puede englobar la queja, denuncia y reclamación (civil).

Las reclamaciones pueden ser interpuestas directamente por el:

- consumidor
- a través de Asociación de Consumidores

- Organismos Públicos: Servicio Provincial de Salud, Consumo y Servicios Sociales

Junta Arbitral de Consumo de cualquier ámbito  
Dirección General de Consumo, otras CCAA.  
OMIC

**CONCILIACIÓN:** Se procede a intentar que ambas partes en conflicto lleguen a un acuerdo, de forma pasiva, limando asperezas pero sin proponer soluciones.

**MEDIACIÓN:** De forma activa, realizando propuestas de acuerdo, en su caso.

Hacen la mediación las OMIC, las Asociaciones de Consumidores y Usuarios, los Servicios Provinciales y las Juntas Arbitrales de Consumo. Puede ser previa al inicio del procedimiento o durante la fase prearbitral y fase arbitral, llegando a un acuerdo amistoso. Puede ser presencial o por escrito.

**CALIFICACIÓN:**

El Presidente de la Junta Arbitral de Consumo analiza la solicitud presentada por el consumidor y comprueba si de su contenido se desprende que la misma es admisible, a la vista de lo que disponen los artículos 1 y 2 LA y 2 RD SAC.

Quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios, con relación a sus derechos legalmente reconocidos, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y de la judicial.

- Quejas o reclamaciones, aunque en puridad solamente serían reclamaciones.
- Consumidores y usuarios-consumidor final, art. 1.2 LGDCU, personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan, como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes los producen, suministran o expiden.

Suele ser el motivo de inadmisión típico: art. 1.3 LGDCU. No tendrán la consideración de consumidores o usuarios quienes sin constituirse en destinatarios finales, adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

Funciones-Administración. Debería dictarse una Ley según lo previsto en el art. 107.2 LRJPAC (Ley 4/1999).

Consumidores contra empresarios.

- Que no sean cuestiones sobre las que haya recaído resolución judicial firme y definitiva (o Laudo), salvo los aspectos derivados de su ejecución (incidentes de liquidación en sentencias ilíquidas).
- Que no se trate de materias inseparablemente unidas a otras sobre las que no se tenga poder de disposición.

Derecho necesario:

- Derecho penal (sí la responsabilidad civil derivada del delito para algunos autores).
  - Derecho laboral. SAMA.
  - Derecho Administrativo –art. 107.2 LRJPAC– debe dictarse Ley. Sustitución del recurso de reposición y de alzada por arbitraje, pero, no obstante, se prevé según la doctrina en materias con poder de disposición, como la responsabilidad patrimonial de las Administraciones Públicas.
  - Estado civil, matrimonio –(aunque sí los aspectos patrimoniales para algunos autores).
- Que no se trate de materias en que, con arreglo a las leyes, deba intervenir el Ministerio Fiscal en representación y defensa de quienes por carecer de capacidad de obrar o de representación legal, no pueden actuar por sí.
  - Cuestiones en las que no concurren intoxicación, lesión, muerte o existan indicios racionales de delito.

INADMISIÓN: Se notifica al reclamante, archivando las actuaciones y quedando expedita la vía judicial.

Aunque la legislación no prevé impugnación, podría recurrirse en alzada ante el Consejero de Salud, Consumo y Servicios Sociales, previo al Contencioso-Administrativo (o reposición ante el órgano que ha dictado la resolución).

ADMISIÓN: Se notifica al reclamante, pudiendo seguir dos vías dependiendo de si el reclamado está adherido al Sistema Arbitral de Consumo o no.

NOTIFICACIÓN RECLAMADO NO ADHERIDO: Al ser un procedimiento voluntario, se le concede un plazo de 15 días al reclamado para que acepte expresamente el arbitraje, debiendo verificarse la voluntad inequívoca de someterse al arbitraje.

En caso de no aceptación del arbitraje, se archivan las actuaciones, quedando expedita la vía judicial.

ACEPTACIÓN DEL ARBITRAJE POR EL RECLAMADO NO ADHERIDO: En la aceptación expresa del arbitraje, puede hacer alegaciones, puede formular reconvencción o hacer un ofrecimiento de acuerdo amistoso, conectándose en este punto con la vía prearbitral que nos lleva a la Audiencia Oral.

RECONVENCIÓN: Según doctrina mayoritaria, puede aceptarse siempre que dimane de la misma relación jurídica (SAP Navarra).

También se ha apuntado que puede aceptarse en este momento procedimental, pero no en el caso del reclamado adherido al quedar formalizado automáticamente el convenio arbitral al presentar la solicitud de arbitraje el reclamante. El reclamado adherido la podría formular posteriormente o en el trámite de Audiencia Oral, debiendo ser aceptada ex-

presamente por el reclamante. Pero haríamos mejor al reclamado no adherido que al que se adhiere al Sistema Arbitral de Consumo.

En cualquier caso, debe ser interpretado, a falta de legislación sobre este extremo, por el Colegio Arbitral.

**OFRECIMIENTO:** En ocasiones, la empresa reclamada contesta haciendo un ofrecimiento de solución, del que se le da traslado al reclamante.

Si éste manifiesta su conformidad, se hará un archivo amistoso del expediente, quedando englobado dentro de la mediación.

**NO CONFORMIDAD:** En caso de no conformidad al ofrecimiento o de no haber contestación por parte del reclamado adherido, entramos en la fase arbitral.

**DESIGNACIÓN DEL COLEGIO ARBITRAL:** La designación por el Presidente de la Junta Arbitral de Consumo, de los árbitros propuestos por las partes o, en su defecto, de oficio haciendo uso de los listados presentados por las Asociaciones de Consumidores y Organizaciones Empresariales.

También puede designarse secretario del Colegio Arbitral para cada caso (art. 11.4.R.D. 636/1993) entre personal al servicio de las Administraciones Públicas previamente nombrado al efecto (Resolución del Director General de Consumo, como en el caso de los Presidentes de Colegio Arbitral).

**ABSTENCIÓN-RECUSACIÓN:** Los árbitros podrán ser recusados por las mismas causas que los Jueces (arts. 219 y 220 LOPJ).

Las personas designadas árbitros están obligadas a poner de manifiesto las circunstancias que puedan determinar su recusación tan pronto como las conozcan; ésta es la obligación de los árbitros, si una vez comunicada, las partes no lo recusan, no podrá anularse el laudo por dicha causa.

Si el árbitro no acepta la recusación, podría darse una impugnación ante el Presidente de la Junta Arbitral de Consumo o intentar la anulación del laudo por la no aceptación de la recusación, siempre que concurra alguna de las causas de los arts. 219 y 220 LOPJ.

**ACUERDO AMISTOSO Y SUSPENSIÓN AUDIENCIA:** En no pocas ocasiones, una vez convocada la Audiencia Oral, se llega a un acuerdo entre las partes, suspendiéndose la audiencia y archivándose las actuaciones.

También se cuantifican en el capítulo de mediaciones.

**AUDIENCIA ORAL:** Se levanta acta de las alegaciones, pudiendo ser con conciliación de cuyo acuerdo se dará traslado al laudo, o sin conciliación, dictando el Colegio Arbitral lo que proceda.

Pueden acordarse pruebas para posterior emisión de laudo o en su caso, con nueva convocatoria de audiencia para oír a las partes en relación con la prueba practicada.

Reconvención o ampliación de la demanda con aceptación expresa de la otra parte.

NOTIFICACIÓN LAUDO A LAS PARTES: Puede solicitarse aclaración en el término de 5 días, pero por errores tipográficos, de cálculo, impresión.

RECURSO DE ANULACIÓN:

- Postulación técnica. Abogado y Procurador.  
Puede presentarse en el plazo de 10 días ante la Audiencia Provincial, por causas tasadas.
- Cuando el Convenio Arbitral fuese nulo.
- Cuando en el nombramiento de los árbitros y en el desarrollo de la actuación arbitral no se hayan observado las formalidades y principios esenciales establecidos en la Ley.
- Cuando el laudo se hubiere dictado fuera de plazo.
- Cuando los árbitros hayan resuelto sobre puntos no sometidos a su decisión o que, aunque lo hubiesen sido, no pueden ser objeto de arbitraje.
- Cuando el laudo fuese contrario al orden público.

EJECUCIÓN FORZOSA: Una vez transcurrido el plazo voluntario de ejecución.

ÓRGANO COMPETENTE: Juez de 1ª Instancia del lugar donde se haya dictado el laudo.

Hasta 901,52 euros no se precisa la asistencia de Abogado ni la representación por medio de Procurador.

INTERVENCIÓN JURISDICCIONAL EN EL ARBITRAJE DE CONSUMO: Además de la intervención en la ejecución y anulación, son posibles otras intervenciones, que, en la práctica, tienen carácter residual:

FORMALIZACIÓN JUDICIAL DEL ARBITRAJE: Procedimiento ante la autoridad judicial mediante el cual, tras la oportuna actividad de incoación por la parte interesada y la sucesión de trámites legalmente previstos, se intenta lograr un pronunciamiento consistente en la designación de los árbitros que han de conocer de un conflicto intersubjetivo determinado, ante la ausencia de acuerdo de voluntad en este extremo entre las partes firmantes del previo convenio arbitral, o disconformidad en el modo de designarlos.

AUXILIO JURISDICCIONAL EN LA PRÁCTICA DE PRUEBAS: Los árbitros podrán solicitar el auxilio del Juez de Primera Instancia del lugar donde se desarrolle el arbitraje, en la forma prevenida en el art. 43 de la Ley de Arbitraje, para practicar las pruebas que no puedan efectuar por sí mismos.

"El juez procederá conforme a las reglas de la LEC y practicará bajo su exclusiva dirección, si se lo pide el árbitro, la prueba solicitada, entregando testimonio de las actuaciones al solicitante".

RECURSO DE REVISIÓN: TRIBUNAL SUPREMO:

Plazo: \*5 años desde la fecha de la notificación del laudo.

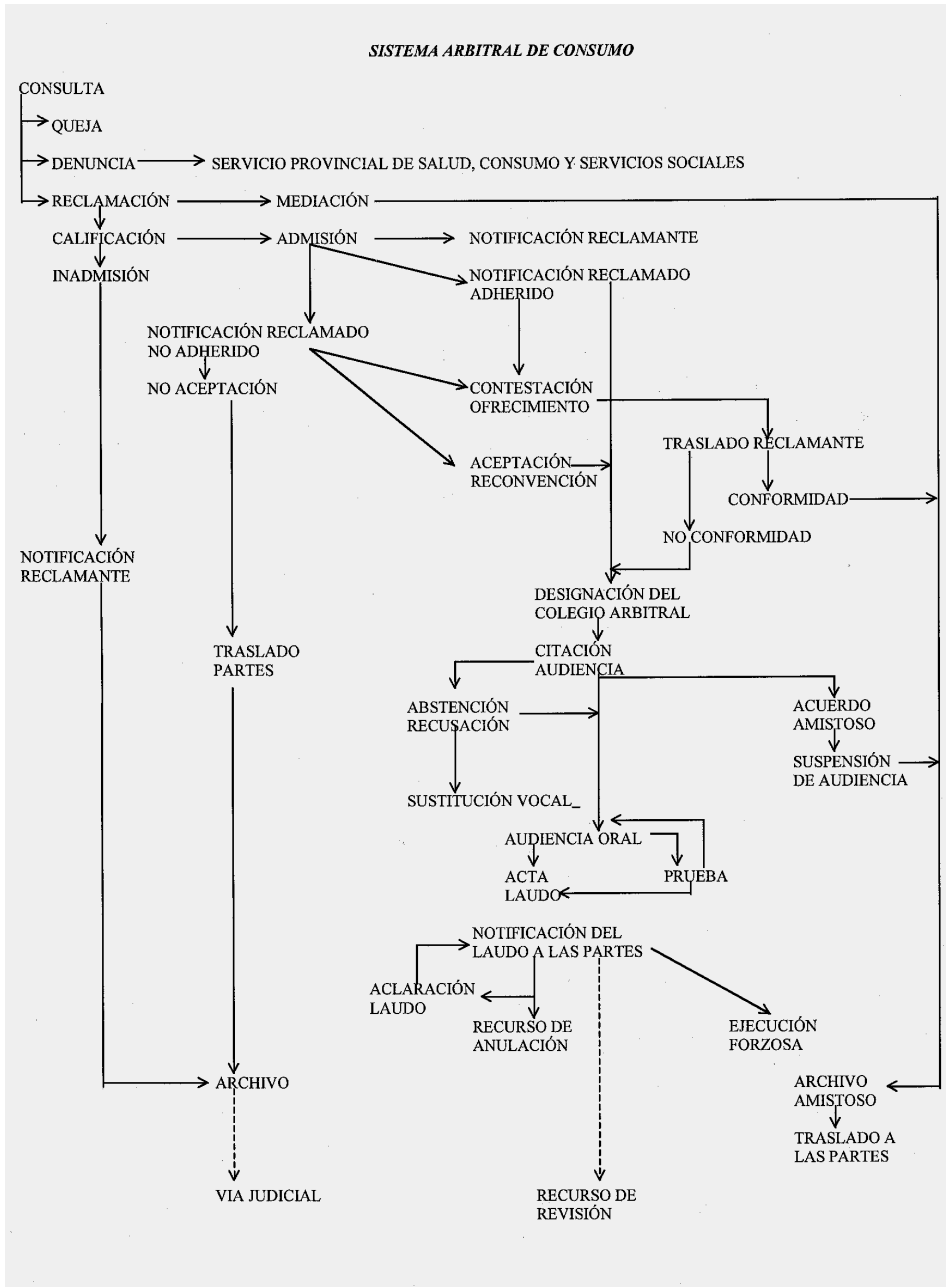
\*3 meses a contar desde el día en que se descubriesen los documentos nuevos o el fraude, o desde el día del reconocimiento o declaración de la falsedad.

Motivos:

- Si después de pronunciado el laudo firme se recobrasen documentos decisivos, detenidos por fuerza mayor, o por obra de la parte en cuyo favor se hubiere dictado.
- Si hubiere recaído el laudo en virtud de documentos que al tiempo de dictarse ignoraba una de las partes haber sido reconocidos o declarados falsos o cuya falsedad se reconociese o declarase después.
- Si habiéndose dictado el laudo en virtud de prueba testifical, los testigos hubieren sido condenados por falso testimonio dado en las declaraciones que sirvieron de fundamento al laudo.
- Si el laudo se hubiere fallado injustamente en virtud de cohecho, violencia u otra manifestación fraudulenta.



## SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO



# Disciplina de mercado

Ignacio Zarazaga Chamorro  
Jefe del Servicio de Disciplina de Mercado  
Dirección General de Consumo

## CONCEPTO

LA INSPECCIÓN DE CONSUMO  
COMO ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA.

### REGULACIÓN ESTATAL:

- Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios
- Ley General de Sanidad
- R.D. 1945/1983
- R.D. 44/1996
- R.D. 50/1993

### REGULACIÓN AUTONÓMICA:

- Ley 8/1997

### FUNCIONES Y COMPETENCIAS:

- Advertencias/apercibimientos/requerimientos
- Asesoramiento/información
- Medidas cautelares (inmovilización, clausuras, decomisos,...)
- Participación en procedimientos administrativos



## ÁMBITO DE LA INSPECCIÓN DE CONSUMO

- A)
  - Productos (B/S), personal, establecimientos, utensilios utilizados en la producción, comercialización o prestación.
  - En cualquier actividad, fase, tratamiento, conservación, distribución, etiquetado, publicidad,...
  - Vigilancia de los deberes relativos a la protección de la salud y seguridad, legítimos intereses económicos y sociales y el derecho a la información.
- B)
  - Coordinación y colaboración de inspecciones.

## PRINCIPIOS DE LA ACTIVIDAD INSPECTORA

- Legalidad.
- Proporcionalidad.
- Confidencialidad de la información y deber de sigilo profesional.

## POSICIÓN JURÍDICA DE LA INSPECCIÓN DE CONSUMO

- El Inspector de Consumo como autoridad.
- Colaboración de la Inspección.
- Potestades de la Inspección:
  - Acceso a locales.
  - Examen de documentación.
  - Toma de muestras.
  - Requerimiento de información.

## CAMPOS DE ACTUACIÓN EN LA INSPECCIÓN DE CONSUMO

- 1) PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN:
  - Código Alimentario Español.
  - Reglamentación Técnico Sanitaria.
  - Normas de Calidad.
- 2) PRODUCTOS INDUSTRIALES:
  - Productos sanitarios.
  - Perfumería, cosméticos.
  - Abonos y fertilizantes.
  - Productos de limpieza del hogar.
  - Óptica y fotografía.
  - Herramientas y muebles.
  - Aparataje eléctrico.
  - Vehículos a motor.
  - Juguetes,...
- 3) SERVICIOS:
  - Vivienda.

- Servicios financieros.
- Electricidad.
- Transporte.
- Actividades recreativas y espectáculos.
- Talleres de reparación de vehículos.
- Tintorerías.
- Viajes combinados.
- Seguros,...

### **INSPECCIÓN PRIORITARIA**

- Productos y servicios de uso común, ordinario y generalizado.
- Los que reflejen una mayor incidencia en estudios estadísticos o epidemiológicos.
- Los que sean objeto de reclamaciones o quejas o que se deduzcan situaciones e inferioridad, subordinación o indefensión.
- Los que sean objeto de programas específicos de investigación.
- Los que puedan ser más fácilmente objeto de fraude o adulteración.

### **INICIATIVA DE LA INSPECCIÓN**

- Elección de establecimientos, productos o servicios objeto de actuación:
  - con indicios de irregularidades:
    - a) del propio servicio de inspección
    - b) denuncia
    - c) a instancia de otros órganos de la Administración
    - d) noticias de prensa
  - Sin indicio de irregularidades:
    - a) programas, planes o campañas de inspección
- Formación de la inspección.

### **TIPOS DE INFRACCIONES**

- Sanitarias: registro, normalización, etiquetado.
- Fraude al consumidor (alteraciones, adulteración o fraude).
- Precios y transacciones comerciales.
- Normalización y documentación.
- Seguridad.
- Producción agroalimentaria.
- Disciplina administrativa.
- Cláusulas abusivas de contratación.

## **PLAN ESTRATÉGICO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

- Unificación de controles administrativos.
- Planificación inter Comunidades Autónomas.
- Prof. de la inspección.
- Apoyo analítico.
- Actuación. sancionadora e inhibiciones.
- Armonización de sanciones.
- Medidas provisionales.
- Autocontrol de la gestión.
- Diálogo de los ciudadanos y agentes económicos.
- Transparencia/Autocontrol.

## **FUNCIONES DE LAS ADMINISTRACIONES AUTONÓMICAS**

- Inspección y control de productos y servicios.
- Inspección y control de las transacciones comerciales, condiciones de venta y precios.
- Inspección y control del cumplimiento de la normativa.
- Adopción de medidas correctoras, cautelares y sancionadoras.

## **FUNCIONES DEL I.N.C. EN RELACIÓN AL MERCADO INTERIOR (R.D. 1983/1996)**

- Gestión de la red de alerta.
- Investigación y análisis sobre la calidad de bienes y servicios.
- Formación y asesoramiento.
- Fomento de la calidad.

*EL APOYO TÉCNICO A LOS SERVICIOS DE INSPECCIÓN DE CONSUMO*

## **FUNCIONES DE LAS ADMINISTRACIONES LOCALES**

### **INSPECCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA COMPROBAR:**

- Origen e identidad.
- Cumplimiento de la normativa en materia de precio, etiquetado, presentación y publicidad, seguridad.
- Inspección técnica, controles y análisis.
- Potestad sancionadora.

# La responsabilidad civil



José María Nasarre Sarmiento

Departamento de Derecho de la Empresa. Universidad de Zaragoza

## REQUISITOS DE LA RESPONSABILIDAD CIVIL

De los artículos 1.902, en relación con la llamada responsabilidad extracontractual, y de los artículos 1.101 y siguientes, en relación con la contractual, se desprende que para que exista responsabilidad civil son precisos cuatro requisitos:

- a) Un acto ilícito (acción u omisión).
- b) Un daño.
- c) Un nexo causal.
- d) Un criterio de imputación (culpa).

### ■ UN ACTO ILÍCITO

El primer requisito es el comportamiento dañoso, el hecho, que puede consistir en una acción o una omisión.

El comportamiento dañoso en la responsabilidad contractual consiste en que un deudor contraviene su obligación y viola el derecho del acreedor. El deudor puede no ejecutar lo debido, ejecutarlo defectuosamente o infringir un especial deber de conducta.

El comportamiento dañoso en la responsabilidad extracontractual viene dado por la contravención de la obligación de guardar un determinado comportamiento frente a terceros.

### ■ UN DAÑO

No concreta el Código Civil las situaciones en las que considera el daño, pero puede afirmarse con carácter general que incluye tanto los daños patrimoniales como los morales. La jurisprudencia ha ido matizando que el daño debe ser cierto y actual, excluyendo los hipotéticos y futuros.

El daño patrimonial se produce al ser lesionado cualquier derecho de naturaleza patrimonial. El daño moral se produce al ser lesionado cualquier derecho de la persona con o sin repercusión patrimonial. En todo caso, será el perjudicado quien deba probar la realidad del perjuicio, así como la extensión y alcance del daño.

#### ■ UN NEXO CAUSAL

Nuestra jurisprudencia exige la existencia de una relación de causalidad entre la conducta del agente y el daño causado.

La apreciación de este nexo causal tiene un componente fuertemente subjetivo, ya que son los tribunales quienes deben valorar las acciones y las circunstancias según su prudente arbitrio. El Tribunal Supremo a lo largo de los años se ha ocupado de limitar la discrecionalidad.

El nexo causal desaparece cuando existe culpa exclusiva del perjudicado. La indemnización se atenúa cuando concurre su culpa, si no es exclusiva. También la fuerza mayor libera de responsabilidad.

El Código Penal, por su parte, al eximir de responsabilidad en ciertos casos, repercute en el alcance de la responsabilidad civil. Los actos en legítima defensa o estado de necesidad no son injustos ni antijurídicos, sino ajustados a derecho.

#### ■ UN CRITERIO DE IMPUTACIÓN

El criterio legal de imputación de responsabilidad en nuestro Código es la culpa. La culpa consiste, según el artículo 1.104, en la "omisión de aquella diligencia que exija la naturaleza de la obligación y corresponda a las circunstancias de las personas, del tiempo y del lugar". Únicamente no se responderá, según el artículo 1.105, de los sucesos que no hubieran podido preverse o que, previstos, fueran inevitables.

Por tanto, la persona debe guardar la diligencia que corresponda previo juicio de previsibilidad sobre el resultado. Esta diligencia viene a ser para el Código la correspondiente a la diligencia del buen padre de familia.

Para adaptarse a las ideas más recientes que se apartan de la culpa como criterio de imputación, los tribunales juegan con la posibilidad de invertir la carga de la prueba con el fin de ampliar las posibilidades de indemnización de la víctima.

## LA EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD

#### ■ EL ORIGEN EN UNA SOCIEDAD AGRÍCOLA Y GANADERA

En la Europa de la codificación, la estructura de la responsabilidad civil presentaba un carácter netamente individualista. A pesar de que ya apuntaba la revolución industrial, las actividades económicas predominantes eran la ganadería, la agricultura y el artesanado. Las relaciones de derecho privado se producían entre individuos per-

fectamente identificados. Tras la producción de un daño, resultaba sencillo recurrir a los deberes preexistentes del autor frente a la víctima, puesto que ni uno ni otro eran desconocidos, ni iba a costar mucho esfuerzo indagar en las causas.

Por otra parte, había sido asumido el esquema de pensamiento teológico, por lo que la idea de pecado se infiltraba en el Derecho y, en este caso, en la responsabilidad, para destinarla a la moralización de las conductas individuales. El legislador se encontraba mucho más preocupado por moralizar que por reparar el daño causado.

La regulación de la responsabilidad en el Código de Napoleón, enmarcada en las referidas premisas, debía optar, y así fue, por una orientación culpabilista, tanto en relación con la responsabilidad contractual como extracontractual.

#### ■ LA EVOLUCIÓN EN UNA SOCIEDAD INDUSTRIAL

La orientación culpabilista ha sido superada. En las sociedades industrializadas, determinadas actividades de producción y comercialización generan grandes beneficios que guardan relación directa con el riesgo que producen, debido a una fuerte protección política y legislativa del sistema industrial que a veces entra en colisión con otros intereses igualmente protegidos por el Derecho.

En estos casos, el individualismo quiebra, dado que la víctima será incapaz de probar la culpa del autor ante la complejidad de las estructuras técnicas y económicas. Ante la dificultad de probar las causas, en muchas ocasiones la investigación tan sólo va a llegar hasta los resultados. La víctima deberá ser resarcida por el hecho de serlo, ante la imposibilidad de concretar el autor y la causa. La doctrina viene entendiendo, ante estos motivos, que es responsable aquél que conoce y domina en general la fuente u origen del riesgo, aun en el caso de que haya observado la debida prudencia y diligencia, con la sola excepción de la fuerza mayor, el caso fortuito y la culpa exclusiva del perjudicado.

Cuando la legislación acoge la responsabilidad sin culpa obliga al posible responsable a contratar un seguro de responsabilidad civil. La indemnización va a ser abonada por la entidad aseguradora y no por el responsable, que va a trasladar los costos del seguro al precio del producto.

## LAS NUEVAS ORIENTACIONES EN EL REQUISITO DE CULPA

#### ■ NINGUNA VÍCTIMA SIN INDEMNIZACIÓN

El requisito de la culpa ha cambiado y ha condicionado la transformación contemporánea de la responsabilidad civil, anteponiéndose hoy la idea de que ninguna víctima quede sin indemnización.



### ■ LA RESPONSABILIDAD POR RIESGO

Los procesos industriales del mundo moderno han multiplicado tanto la creación de riesgos como la producción de daños. Debido a la complejidad de las nuevas estructuras tecnológicas, los tribunales han incorporado paulatinamente la doctrina de la responsabilidad por riesgo, que entiende, en un sentido más actual, que quien se beneficia económicamente de la creación de un riesgo debe responder de los daños producidos como consecuencia de sus actividades.

### ■ LA RESPONSABILIDAD OBJETIVA

En sectores muy concretos se ha llegado a admitir la responsabilidad objetiva, por la que el autor de un daño responde aunque no tenga culpa. Diferentes leyes la han impuesto en ciertos sectores, lo que ha implicado la extensión del seguro obligatorio, pues se pretende que ninguna víctima quede sin indemnización. La aplicación de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, otorga al usuario el derecho a ser indemnizado de los daños y perjuicios que la utilización de los servicios les irroguen, salvo que estén causados por su culpa exclusiva.

### ■ LA INVERSIÓN DE LA CARGA DE LA PRUEBA

En otras ocasiones no se aplica la responsabilidad por riesgo, ni la objetiva o cuasiobjetiva, pero se atenúa la doctrina de la culpa mediante la inversión de la carga de la prueba. Es el responsable del resultado dañoso, y no la víctima, quien debe probar que actuó con la debida diligencia, lo que en muchas ocasiones no resulta fácil.

### ■ LA INSUFICIENCIA DEL CUMPLIMIENTO REGLAMENTARIO

Para ser responsable civilmente basta la apreciación de no haber obrado con la diligencia que requería el caso concreto. Ni siquiera resulta suficiente el cumplimiento de los reglamentos.

### ■ LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA DEL EMPRESARIO

La responsabilidad del empresario se extiende a sus empleados o subordinados, de cuyos actos responde solidariamente.

### ■ LA CULPA EXCLUSIVA DE LA VÍCTIMA

La culpa exclusiva de la víctima sí excluye toda responsabilidad, y su apreciación es frecuente en accidentes de montaña, aunque en muchas ocasiones el demandado haya de probar que guardó la debida diligencia ante unos hechos que no eran previsibles.

### ■ LA CONCURRENCIA DE CULPAS

No ocurre lo mismo con la concurrencia de culpas, pues se opera una reducción de la cuantía indemnizatoria proporcionada a la culpa de ambas partes.

### ■ LOS SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL

Cien años después de redactarse los preceptos legales que la sustentan, la moderna atenuación de la culpa pretende que ninguna víctima quede sin indemnización. La responsabilidad por riesgo, la objetiva o cuasiobjetiva, la obligación de probar que se ha obrado con la debida diligencia, la insuficiencia del cumplimiento de los reglamentos, deben impulsar a los empresarios a la contratación de seguros de responsabilidad civil.

## LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

### ■ TRANSFORMACIONES POR LEY

Modernamente, la idea de responsabilidad civil ha emergido en leyes de diferentes signo, bien sea por establecer seguros obligatorios de responsabilidad civil para casos de daños que representan una notable gravedad, como en las instalaciones industriales, bien porque se han matizado o modificado los criterios de imputación restando valor a la orientación culpabilista del Código Civil, que busca la culpa del responsable, para encaminar las indemnizaciones mediante fórmulas más objetivistas, basadas en la teoría del riesgo, en la inversión de la carga de la prueba o en la pura responsabilidad objetiva. Entre ellas, la legislación que pretende la defensa de consumidores y usuarios ha procurado dejar sentado en la norma criterios que la jurisprudencia había ya configurado estableciendo la responsabilidad objetiva para ciertos casos o invirtiendo la carga de la prueba para otros. La legislación española no podía ser una excepción a todo ello, dado que las Directivas comunitarias señalan precisamente esa dirección.

### ■ DERECHO A LA REPARACIÓN O INDEMNIZACIÓN DE DAÑOS

En la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la defensa de los Consumidores y Usuarios, el régimen de responsabilidad civil se halla en el Capítulo VIII, bajo la rúbrica "Garantías y Responsabilidades" y desarrolla el artículo 2.1.c) que encuadra "la indemnización o reparación de los daños sufridos" entre los "derechos básicos de los consumidores y usuarios". No se acoge una concepción única de responsabilidad civil sino que se establecen diferenciaciones que se vinculan a una mayor o menor objetivación o atenuación del requisito de culpa.

La referencia a la ley civil que conlleva la intervención de la jurisdicción civil y toda una amplia gama de implicaciones interpretativas, se halla en el artículo 25. Las acciones para instar el pago de las indemnizaciones serán las generales establecidas en

la legislación civil y mercantil en materia de responsabilidad, sin que quepa tampoco apreciar diferencias en la práctica de la prueba.

*Artículo 25. El consumidor y el usuario tienen derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados que el consumo de bienes o la utilización de productos o servicios les irroguen, salvo que aquellos daños y perjuicios estén causados por su culpa exclusiva o por la de las personas de las que deba responder civilmente.*

#### ■ INVERSIÓN DE LA CARGA DE LA PRUEBA COMO NORMA GENERAL

El artículo 26 establece el régimen general, basado en la idea de culpa pero con inversión de la carga de la prueba o, podría decirse también, con presunción de culpa del productor, distribuidor o vendedor, que incurrirán en responsabilidad por los daños y perjuicios causados "a menos que conste o se acredite que han cumplido debidamente las exigencias y requisitos regularmente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del producto, servicio o actividad". Será él, por tanto, quien habrá de probar que los daños se deben a culpa exclusiva del consumidor o de las personas de las que éste deba responder civilmente.

*Artículo 26. Las acciones u omisiones de quienes producen, importan, suministran o facilitan productos o servicios a los consumidores o usuarios, determinantes de daños o perjuicios a los mismos, darán lugar a la responsabilidad de aquéllos, a menos que conste o se acredite que se han cumplido debidamente las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del producto, servicio o actividad.*

#### ■ RESPONSABILIDAD OBJETIVA EN CASOS PARTICULARES

El artículo 28 instaura un régimen de responsabilidad más estricto para ciertos productos o servicios sobre los que va a apreciarse una responsabilidad objetiva, prescindiendo del tradicional requisito de la culpa. Se entiende que la responsabilidad debe recaer sobre la persona que ha creado el riesgo porque está en la mejor posición para controlar la seguridad del producto, en la esperanza de que esta objetividad le haga poner un especial celo en la fabricación o distribución de productos. Para que no queden dudas, el legislador lleva a cabo una relación no exhaustiva de bienes y servicios a los que afecta inexcusablemente este tipo de responsabilidad objetiva: "los productos alimenticios, los de higiene y limpieza, cosméticos, especialidades y productos farmacéuticos, servicios sanitarios, de gas y electricidad, electrodomésticos y ascensores, medios de transporte, vehículos a motor y juguetes y productos dirigidos a los niños".

*Artículo 28.*

*1. No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, se responderá de los daños originados en el correcto uso y consumo de bienes y servicios cuando por su propia naturaleza o estar así reglamentariamente establecido, incluyan necesariamente la garantía de niveles determinados de pureza, eficacia o seguridad, en condiciones objetivas de determinación, y supongan controles técnicos, profesionales o sistemáticos de calidad, hasta llegar en debidas condiciones al consumidor o usuario.*

*2. En todo caso, se consideran sometidos a este régimen de responsabilidad los productos alimenticios, los de higiene y limpieza, cosméticos, especialidades y productos farmacéuticos, servicios sanitarios, de gas, electricidad, electrodomésticos y ascensores, medios de transporte, vehículos a motor y juguetes y productos dirigidos a los niños.*

■ RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS

Este planteamiento ha sufrido ciertas precisiones por la necesidad de adaptar la legislación española a la Directiva Comunitaria 85/374/CEE, de 25 de julio, relativa a la aproximación de las disposiciones legales y administrativas de los Estados miembros en materia de responsabilidad causada por productos defectuosos. La adaptación se opera a través de la Ley 22/94, de 6 de julio, de responsabilidad civil por daños causados por productos defectuosos, que se aplica solamente a los fabricantes e importadores por los daños causados por los defectos de los productos que fabriquen o importen.

# Ecología, Medio Ambiente y consumo sostenible

José Espona Vila  
Lcdo. en Ciencias Biológicas

## GUIÓN

- Breve introducción a los conceptos de ecología, medio ambiente y consumo sostenible desde la Conferencia de Río 92.
- Algunas consideraciones sobre consumo sostenible.
- Vivir hoy pensando en el mañana.
- Concepto de consumo sostenible.
- Pautas para un consumidor sostenible.
- Hábitos y las tendencias de los consumidores.

## RESUMEN

### ■ BREVE INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS DE ECOLOGÍA, MEDIO AMBIENTE Y CONSUMO SOSTENIBLE DESDE LA CONFERENCIA DE RÍO 92

En primer lugar analizaremos cuál ha sido la trayectoria de la preocupación por el medio ambiente de los últimos años y revisaremos conceptos tales como ecología, ecologismo, medio ambiente y consumo sostenible desde la Conferencia de Río 92, el artículo 45 de la Constitución Española... y a continuación pasaremos a analizar algunas consideraciones relacionadas con el consumo sostenible.



### ■ ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE

A medida que se acerca el siglo XXI, el mundo afronta un problema de sostenibilidad, término que aúna los conceptos de salud y seguridad de los ciudadanos, y que aborda, en definitiva, la calidad de vida de hoy y de las próximas generaciones.

De la cumbre de la tierra de Río de Janeiro de 1992 surgió el documento **Agenda 21**, del que un **capítulo entero se dedica al consumo**.

Más de 180 países reconocieron que aunque el consumo es muy alto en ciertas zonas del mundo, aún no se cubren las necesidades básicas de una gran parte de la humanidad. Asumían los firmantes (España incluida) que si se quiere **reducir la contaminación y evitar el agotamiento de los recursos naturales, hay que controlar cuánto y cómo se quieren consumir esas materias primas**.

Se prevé que entre 1990 y 2010, la **población mundial aumentará un 33%** (3.700 millones más de personas que en la actualidad, de las cuales la gran mayoría residirá en las ya sobrepobladas ciudades).

En el mismo período, la **cubierta forestal disminuirá un 7%**, la disponibilidad de **agua dulce se reducirá en un 20%** y la **demanda de energía aumentará en más de un 50%**.

Si se mantienen las actuales pautas de consumo, el ecosistema, que suministra recursos renovables, como la madera, podría descomponerse antes de que se agoten los recursos no renovables (petróleo, carbón, etc.).

### ■ VIVIR HOY PENSANDO EN EL MAÑANA

Más que una expresión complaciente, debe ser un compromiso.

Es necesario trabajar para que la **actividad humana se desarrolle dentro de los límites que nuestro planeta admite**.

Urge, además, equilibrar el desarrollo de los países y áreas geográficas y económicas de la humanidad, para que se reduzcan las actuales desigualdades.

Lo que en el Norte es contaminación (el cloro) puede ser producto sanitario de primera necesidad en el Sur.

En otras palabras, hemos de **consumir hoy pensando en el mañana**.

### ■ CONCEPTO DE CONSUMO SOSTENIBLE

El consumo sostenible es precisamente eso: el uso de servicios y productos que cubran las necesidades básicas y aporten una mejor calidad de vida a los seres humanos, reduciendo el consumo de recursos naturales y materiales tóxicos, y disminuyendo asimismo las emisiones de desechos y contaminantes en todo el ciclo de vida del servicio o producto; todo ello con el fin de no hipotecar el futuro de las próximas generaciones.

Tan esencial como que la carne o la verdura que ingerimos esté en buenas condiciones sanitarias es que el aire sea respirable, y tan importante como que una casa se tenga en pie es que los vertederos no se derrumben sobre las ciudades.

El consumidor debe elegir, pero no se le puede endosar toda la responsabilidad, ya que no tiene en sus manos la capacidad de decidir, por ejemplo, qué, cómo y dónde se fabrican los productos.

La de **consumidor** no es pues una profesión: no podemos ser expertos en todo (alimentos transgénicos, agotamiento de los caladeros de pesca, eutrofización de lagos y ríos, lluvias ácidas, ...) ni conocer las repercusiones de cada uno de nuestros actos de consumo.

Son la **Administración**, en todos sus niveles (local, autonómico, central) y las **empresas**, quienes han de asumir las responsabilidades a la hora de definir y respetar los criterios para un **consumo sostenible**.

Desde inversiones de los países ricos, vigiladas por la ONU, para combatir la pobreza en el mundo y propiciar un verdadero desarrollo del Tercer Mundo, hasta normas exigentes pero asumibles que impidan al sector productivo y turístico contaminar el medio ambiente y respetar en su caso el entorno natural y la cultura de los países pobres, son algunas manifestaciones prácticas de consumo sostenible.

#### ■ PAUTAS PARA UN CONSUMIDOR SOSTENIBLE

En cada una de nuestras decisiones cotidianas, podemos adoptar pequeñas iniciativas de consumo sostenible.

Quizá la única regla para estas cuestiones medioambientales sea la de las tres R:

RECUPERAR,  
RECICLAR  
Y  
REUTILIZAR

#### ■ HÁBITOS Y LAS TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES


En 1996 se publicaron dos estudios sobre cambios en los hábitos y las tendencias de los consumidores, uno de ellos firmado por el Instituto de Investigación INNER y titulado "La mujer y el consumo en el siglo XXI" y el otro por el INC titulado "Así serán los consumidores del siglo XXI". Market y comunicación. Año XIV, nº 139.

Según dichos estudios, el consumidor del siglo XXI buscará la calidad, la comodidad y el ahorro de tiempo. Se preocupará por el medio ambiente y elegirá aquellos artículos que no lo dañen.





# Tendencias de los envases del futuro y consumo sostenible



José Espona Vila  
Lcdo. en Ciencias Biológicas

## GUIÓN

- Opiniones y comportamientos del consumidor español.
- Tendencias en los envases del futuro.

## RESUMEN

### OPINIONES Y COMPORTAMIENTOS DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL

La Universidad de Sevilla en 1991 publicó un estudio elaborado por Julio García del Junco (Alta Dirección, nº 156, 1991) titulado "El envase y su influencia en el consumo", siendo destacables los siguientes resultados:

1. Lo que más llama la atención al consumidor a la hora de elegir un producto es la **presentación**, siguiéndole muy de cerca la **calidad**.
2. Un **60%** de los consumidores manifestó dejarse influenciar por el **envase** a la hora de elegir un producto.
3. Un **70%** de los consumidores asocia el **precio** de un producto con su envase.
4. El **color** del envase es una variable muy importante (**80%**) a la hora de lanzar un producto.
5. El **62,5%** consideran que el **color** es lo que más se recuerda del envase.
6. La **maneabilidad** del envase es considerada por el **92,5%** como una característica muy a tener en cuenta a la hora de elegir un producto.

7. El 80% de los encuestados opina que el envase debe permitir el **reconocimiento** de un producto.
8. Al comprar un producto, el 70% de los consumidores exigen la información necesaria y obligatoria en la **etiqueta**.
9. El 95% opina que la forma del envase debe satisfacer no sólo una exigencia estética, sino **funcional**.
10. Cuando se les pregunta, ¿es consciente que a veces cuando compra un "nuevo producto" no lo es, sino que sólo ha cambiado el envase?, el 78% contesta afirmativamente.
11. Finalmente, al preguntar, ¿opina que el envase de un producto puede ser "suave o áspero", "cálido o frío", "cordial o grave", incluso "masculino o femenino", según el color o los colores, y su distribución?, un 72,5% responde afirmativamente.

#### TENDENCIAS EN LOS ENVASES DEL FUTURO

Fuente: Cervera Fantoni, A. L. Envase y embalaje. ESIC: Escuela Superior de Gestión comercial y Marketing. Madrid, 1998.

#### EN RELACIÓN AL MERCADO:

1. Crecerá la **concentración** en un mercado tradicionalmente fragmentado. Las fusiones y adquisiciones de empresas no sólo permitirán que las empresas sean más flexibles en términos de su línea de productos y facilidad de acceso a más áreas geográficas, sino que también les ayudarán a obtener economías de escala mediante una producción y sistemas armonizados de producción y dirección empresarial.

Todo ello podrá significar: **cambio rápido de formas, clases y medios en el envase, así como variación en el equipo y diseño de los envases de venta al detalle, su almacenamiento y transporte, mayor accesibilidad geográfica, etc.**

#### EN RELACIÓN A LOS HOGARES ESPAÑOLES:

2. Se prestará especial atención al envasado destinado a **hogares cada vez más pequeños** y cuidando la presentación y diseño del mismo. Los envases disminuirán en peso y volumen, mejorando sus costes.
3. Desde un punto de vista sociológico, se considerará el **menor tiempo** que la mujer trabajadora pasa en su casa y la **actitud más crítica** de los consumidores.

4. Las comidas tradicionales irán dejando paso a otras **más ligeras y envasadas en porciones individuales** para su empleo o consumo fraccionado.
5. Las compras de alimentación se harán cada vez más espaciadas y se dedicará **menos tiempo a la cocina y más al ocio**. Todo ello contribuirá al mejor desarrollo de los productos refrigerados, congelados y alimentos preparados en general bajo marca. En la actualidad el 53% de la compra está constituida por alimentos envasados y el 47% por productos frescos.
6. La **compra** –desde el propio domicilio– **mediante ordenador** se hará a través de una dimensión virtual, donde se ofertarán productos con su correspondiente packaging virtual. Se seleccionarán los productos que se desee comprar y la entrega se hará en el domicilio, pero en envases que simplemente identificarán el contenido. Será como una especie de vuelta a la antigua línea blanca a través de la red.
7. En algunos sectores se **eliminarán los envases innecesarios** (sobrepapelaje).

#### EN RELACIÓN A LAS TECNOLOGÍAS:

8. La tecnología del envase se irá **fusionando, cada vez más, con la de producción**. Se generalizarán los alimentos que, por ejemplo, se cuezan después de haber sido envasados.  
Se incrementará el número de **alimentos preparados y comidas rápidas** tanto para su uso en microondas como fuera del él.

9. Se avanzará en **nuevas tecnologías de conservación de alimentos**, tales como la luz de alta densidad, el calentamiento por infrarrojos, por inducción o electromagnético, que una vez aceptados comercialmente, repercutirán sobre el envasado de alimentos.
10. Se **automatizarán las líneas de envasado**, optimizando su disponibilidad, flexibilidad y mejorando la seguridad e higiene de las mismas.
11. Aparecerán los llamados **envases interactivos**, donde el fabricante incorporará componentes químicos que neutralicen selectivamente las reacciones químicas no deseadas y su efecto sobre los alimentos envasados.

De este modo podría prolongarse la duración del almacenamiento de un producto alimenticio. La consecuencia sería, en tal caso: unos menores costes de distribución y una conservación del aroma y sabor durante mucho más tiempo.

12. La celulosa utilizada en los envases de papel procederá de árboles modificados genéticamente que producirán pulpa de papel de manera más rápida y eficiente, utilizando menos energía para separar la lignina de la fibra celulósica. Todo ello

permitirá producir un **papel** de más alta calidad con menos energía y blanqueado (empleará menos lejía), a la vez que se mejorará la calidad del agua en las proximidades de las industrias papeleras.

13. Se extenderán los envases elaborados con **nuevos materiales**, tales como hologramas, tintas especiales, acabados metalizados, tridimensionales, fluorescentes, relieves, etc.

Las tecnologías basadas en el **láser** podrán generar imágenes en color sobre las superficies de los envases, tanto en los plásticos como en el vidrio, papel o metal.

En los denominados envases inteligentes se podrán leer mensajes cambiantes, según sean las circunstancias externas del envase (por ejemplo, temperatura ambiente) o internas (nivel de capacidad, período de caducidad, etc.).

14. Se incrementarán los **factores medioambientales o ecológicos** a la hora de diseñar envases y embalajes para ahorrar energía, empleándose monomateriales, evitándose los acabados contaminantes o utilizando materiales contaminantes, pero fácilmente separables.

El mercado del agua en el Sur de Europa (debido a restricciones legislativas) irá basculando a favor del PET, como alternativa al PVC. Dentro de los polímeros crecerán el polietileno de alta densidad (HDPE), PET y el polipropileno (PP).

Las nuevas generaciones de plásticos (PET/PEN) revolucionarán el mercado de los envases para bebidas, planteando una seria competencia al vidrio y al aluminio.

15. Aparecerán nuevos envases con **características específicas**, como la de servir de envíos postales o marketing directo.

Otros sectores experimentarán un desarrollo de sus envases, como la salud y belleza, o la informática.

En el ámbito alimentario existirán envases comestibles, como ya sucede en Japón con algunos productos de confitería.

Crecerá el número de envases autodestructibles y biodegradables.

16. Los envases primarios destinados a alimentos congelados serán cada vez más sofisticados, para lograr conservar el producto en óptimas condiciones. Se generalizará el uso de **sensores** de temperatura incorporados a los envases que detectarán y garantizarán al consumidor el respeto adecuado de la cadena de frío. En otros casos los sensores actuarán en función del tiempo de caducidad.

EN RELACIÓN AL ETIQUETADO:

17. El etiquetado futuro incluirá todos los **ingredientes y los procesos** a que hayan sido sometidos los productos alimentarios, incluidos los tratamientos biogénéticos. La impresión (etiquetado) se hará primero en el envase y en la planta envasadora sólo se etiquetará lo mínimo e imprescindible (fecha de caducidad, control de lote de fabricación).
18. Se incrementarán las **precauciones contra el engaño, manipulación o fraude** mediante protección en origen y contra el hurto en el proceso de distribución comercial (con dispositivos especiales que permitan ocultar los regalos promocionales para impedir roturas o depredaciones en el lineal).
19. El actual sistema de identificación –**código de barras**– **variará y se sofisticará**, siendo reemplazado por sistemas de **radiofrecuencia**, que leerán todos los productos sin que tengan que pasar, uno a uno, por el lector láser. Con este sistema, actualmente en fase de experimentación, el cliente pasaría con su carro de la compra por un arco que detectaría todos los productos a la vez. Este sistema se aplicaría igualmente con los materiales que transportan los contenedores, sin que sea necesario abrirlos.

EN RELACIÓN A LAS EMPRESAS FABRICANTES:

20. En el futuro la empresa de productos de gran consumo pensará más y mejor cómo llevar al mercado los productos que fabrica o puede fabricar. Su crecimiento dependerá de cuánta cuota de mercado sea capaz de quitarle a su competencia. Los **nuevos nichos de mercado** incluirán conceptos y sabores diferentes a los actuales, como las sopas de frutas, zumos mezclados con vino, fórmulas especiales de alimentación infantil, bebidas deportivas con base de suero, etc.
21. Se prestará más atención al **factor diseño del envase**; diseño para ahorrar energía y materias primas, diseño para el desembalaje y reciclaje; y finalmente, diseño orientado a alargar la vida del producto. Se tenderá a una estandarización de los formatos de envases.
22. La creciente preocupación por los aspectos sanitarios intensificará las **medidas de control** sobre el envasado en atmósfera controlada o modificada, persiguiéndose un llenado limpio y un envase aséptico.
23. Si el medio ambiente definitivamente se constituye como un elemento de decisión de compra en el futuro (siempre y cuando no aporte incremento del precio sobre el producto), los fabricantes modificarán sus envases en función de **criterios ecológicos**.

#### EN RELACIÓN A LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS:

24. Las **grandes cadenas comerciales** ejercerán una creciente influencia sobre nuevos desarrollos de envases.

Las marcas de distribuidor representarán entonces entre un 18 y un 22% del total del mercado.

25. Los almacenes y centros de distribución del futuro verán integradas facetas que aporten **valor añadido**.

Se encargarán del etiquetado de distintos idiomas, del montaje de kits, del acabado y envasado, etc., aplazando estas operaciones hasta la materialización del pedido por parte del cliente.

#### EN RELACIÓN A LOS SISTEMAS DE APERTURA Y CIERRE:

26. Las exigencias sobre **seguridad infantil** modificarán los sistemas de apertura y cierre de los envases.

Los niños y jóvenes tendrán cada vez mayor protagonismo en el diseño de los envases destinados para ellos, ya que intervendrán más en las decisiones de compra.

#### EN RELACIÓN A LA TERCERA EDAD:

27. Debido a que la población mundial está envejeciendo, **mejorarán los sistemas de apertura de los envases**, evitando riesgos, haciéndolos más manipulables, legibles y adaptados a las características físicas derivadas de una menor fuerza muscular o disminución de la agudeza de los sentidos.

28. Para los colectivos de personas mayores con ceguera o dificultades severas de visión existirán **envases con microchips** capaces de facilitar información precisa y puntual no sólo acústica, sino mediante voz, advirtiendo sobre el contenido o riesgos del envase.

Se extenderá el **sistema braille** en los envases, fundamentalmente de productos farmacéuticos, alimentación y limpieza.

#### EN RELACIÓN A OTRAS TENDENCIAS:

29. Existirá una mayor y mejor **información** en los envases, y en más de un idioma.

30. Volverán las promociones in-pack, consistentes en insertar o introducir **regalos directos** en el interior del envase.

31. Con una legislación que presiona cada vez más para la **recuperación y el reciclado** de productos usados y una mayor sensibilidad hacia el volumen creciente de resi-

duos, tanto por parte de las administraciones como de los consumidores y de la sociedad en general, se deduce que muchos productos de consumo (actuales) tenderán a desaparecer con el tiempo. Se darán mayores presiones por lobbies, asociaciones e instituciones para obtener envases y embalajes auténticamente medioambientales y los consumidores se interesarán más por los fabricantes "ecorresponsables".

El mundo está en un constante cambio y actualmente alrededor de la **mitad de la población mundial es urbana**. En el escenario que imaginamos los ciudadanos dependerán –cada vez más– de sistemas de envasado seguro y de mayor calidad.

# Los derechos del ciudadano como paciente en el escenario de la sanidad española. La salud como bien de consumo

M.ª Begoña Martínez Jarreta  
Departamento de Anatomía Patológica,  
Medicina Legal y Forense y Toxicología. Universidad de Zaragoza

La aparición de cartas o códigos de derechos en favor de los pacientes es un fenómeno relativamente reciente y bien estudiado por algunos autores (Gallego Riestra y cols, 1993; Gallego Riestra y cols, 1994; Sánchez Caro y cols, 1994; Sánchez Caro, 1997; Romeo Casabona, 2002) que está estrechamente ligado al reconocimiento de los derechos humanos y al cambio drástico que ha experimentado la relación médico-paciente.

En el momento actual los derechos de los pacientes se configuran como el eje básico sobre el que giran las relaciones clínico-asistenciales y expresión de su importancia es el interés que demuestran por los mismos casi todas las Organizaciones Internacionales con competencia en este terreno (Unesco, Organización Mundial de la Salud o más recientemente Unión Europea o Consejo de Europa, entre otras).

En nuestro país la Constitución Española de 1978 marcó un punto de inflexión en esta materia, al venir a regular el derecho a la protección de la salud y al señalar al Estado como garante de la defensa de los consumidores y usuarios, y encargado de proteger, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.





En este mismo sentido incidiría el desarrollo normativo posterior surgido en aras de una mejor salvaguarda de los derechos de los Consumidores y Usuarios de forma genérica (Ley 26/1984, de 19 de julio, y Ley 22/1994, de 6 de julio, de Responsabilidad Civil por los Daños Causados por Productos Defectuosos).

El desarrollo de instrumentos de protección a los consumidores y los usuarios en general se ha producido de forma paralela a la consolidación de los servicios sanitarios como bienes de consumo, mientras se configuraba un escenario de progreso científico y revolución técnica que ha tenido un profundo impacto en la relación médico-paciente (de Lorenzo y Sánchez Caro, 1997).

En este marco el enfermo pasa a ser considerado como usuario, al ser una persona que disfruta, como destinatario final, de servicios, actividades o funciones (en este caso de carácter sanitario), cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes los facilitan (definición de usuario que se recoge en el artículo 1.2. de la Ley 26/1984, de 19 de julio, de Defensa de Consumidores y Usuarios) (Luna Maladonado y Osuna Carrillo de Albornoz, 1997).

En palabras de Javier Sánchez-Caro (1997) "si se reflexiona un instante sobre esta realidad, y se la contempla desde la emergencia de los derechos de los pacientes, se caerá en la cuenta de que en un momento histórico las reivindicaciones de los enfermos se convirtieron en demandas de consumidores".

La idea sobre la que se cimienta el reconocimiento de los derechos de los pacientes, no es otra que la afirmación de la condición de sujeto de derechos de las personas usuarias de los servicios sanitarios, y, por tanto, de la necesidad de respetar el principio de autonomía del paciente. Esto, que finalmente se manifiesta de forma concreta bajo la figura del "consentimiento informado", no es en último extremo sino la expresión del respeto debido a la consideración de la dignidad humana, afirmando su posibilidad de toma de decisiones y, en consecuencia, garantizando su libertad en el ámbito de la salud (Benito y cols, 1998; Romeo Casabona CM, 2002).

Ese principio de autonomía es la pieza clave sobre la que gravita el ordenamiento jurídico sanitario español en el que la Ley General de Sanidad (Ley 14/1986, de 25 de abril) constituye un texto básico y de referencia en lo relativo a los derechos y deberes de los pacientes.

La Ley General de Sanidad, en su artículo 10, reconoce los siguientes derechos del ciudadano, con respecto a las distintas administraciones públicas sanitarias:

1. Respeto a su personalidad, dignidad humana e intimidad, sin que pueda ser discriminado por razones de raza, de tipo social, de sexo, moral, económico, ideológico, político o sindical.

2. A la información sobre los servicios sanitarios a que puede acceder y sobre los requisitos necesarios para su uso.
3. A la confidencialidad de toda la información relacionada con su proceso y con su estancia en instituciones sanitarias públicas y privadas que colaboren con el sistema público.
4. A ser advertido de si los procedimientos de pronóstico, diagnóstico y terapéuticos que se apliquen pueden ser utilizados en función de un proyecto docente o de investigación, que, en ningún caso, podrá comportar peligro adicional para su salud. En todo caso será imprescindible la previa autorización, y por escrito, del paciente y la aceptación por parte del médico y de la dirección del correspondiente centro sanitario.
5. A que se le dé en términos comprensibles, a él y a sus familiares o allegados, información completa y continuada, verbal y escrita, sobre su proceso, incluyendo diagnóstico, pronóstico y alternativas de tratamiento.
6. A la libre elección entre las opciones que le presente el responsable médico de su caso, siendo preciso el previo consentimiento por escrito del usuario para la realización de cualquier intervención, excepto en los siguientes casos:
  - a. Cuando la no intervención suponga un riesgo para la salud pública.
  - b. Cuando no esté capacitado para tomar decisiones, en cuyo caso el derecho corresponderá a sus familiares o personas a él allegadas.
  - c. Cuando la urgencia no permita demoras por poderse ocasionar lesiones irreversibles o existir peligro de fallecimiento.
7. A que se le asigne un médico, cuyo nombre se le dará a conocer, que será interlocutor principal con el equipo asistencial. En caso de ausencia, otro facultativo del equipo asumirá tal responsabilidad.
8. A que se le extienda certificado acreditativo de su estado de salud, cuando su exigencia se establezca por una disposición legal o reglamentaria.
9. Negarse al tratamiento, excepto en los casos señalados en el apartado 6, debiendo, para ello, solicitar el alta voluntaria, en los términos que señala el apartado 4 del artículo siguiente.
10. A participar, a través de las Instituciones comunitarias, en las actividades sanitarias, en los términos establecidos en esta Ley y en las disposiciones que la desarrollen.

11. A que quede constancia por escrito de todo el proceso. Al finalizar la estancia del usuario en una institución hospitalaria, el paciente, familiar o persona a él allegada recibirá su informe de alta.
12. A utilizar las vías de reclamación y propuesta de sugerencias en los plazos previstos. En uno u otro caso deberá recibir respuesta por escrito en los plazos que legalmente se establezcan.
13. A elegir el médico y los demás sanitarios titulados de acuerdo con las condiciones contempladas en esta Ley, en las disposiciones que se dicten para su desarrollo y en las que regule el trabajo sanitario en los centros de Salud.
14. A obtener los medicamentos y productos sanitarios que se consideren necesarios para promover, conservar o restablecer su salud, en los términos que reglamentariamente se establezcan por la Administración del Estado.
15. Respetando el peculiar régimen económico de cada servicio sanitario, los derechos contemplados en los apartados 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, y 11 de este artículo serán ejercidos también con respecto a los servicios sanitarios privados.

Desde la publicación y entrada en vigor de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad y en el ámbito estrictamente sanitario han visto la luz muy distintas normas en defensa de los derechos de los pacientes, unas Autonómicas dentro de España, así como Directivas Comunitarias en Europa y distintas Declaraciones Internacionales de mayor o menor alcance. Entre ellas destacaremos la Declaración sobre la Promoción de los Derechos de las Pacientes en Europa promovida en 1994 por la Oficina Regional para Europa de la Organización Mundial de la Salud y, de forma muy especial, el Convenio del Consejo de Europa para la Protección de los Derechos Humanos y la Dignidad de ser humano respecto a las aplicaciones de la Biología y la Medicina (*Convenio sobre los Derechos del Hombre y la Biomedicina*), que fue suscrito con fecha 4 de abril de 1997 y entró en vigor en nuestro país el 1 de enero de 2000.

Este convenio es el primer instrumento internacional con carácter jurídico vinculante para los países que como España lo suscriben y pretende establecer un marco común para la protección en este terreno. Este documento hace énfasis una vez más en el derecho a la información, en la importancia del consentimiento informado y del derecho a la intimidad de las personas, todo ello persiguiendo una armonización de la legislación europea relativa a los derechos de los pacientes.

Sin embargo, a pesar de todos estos instrumentos de protección, del efecto pedagógico incuestionable que todo este desarrollo legislativo ha tenido para pacientes, profesionales de la salud, médicos, enfermeros y gestores de la sanidad, así como para la sociedad en su conjunto, todavía existen desafíos en torno a la protección de los derechos de los pacientes.

El derecho a la información sanitaria trasciende el ámbito del consentimiento informado, ya que no solamente el enfermo, sino la persona sana como ciudadano, son tributarios de recibir una información sanitaria suficiente, como corolario lógico de su derecho a la protección de la salud, que les permita adoptar medidas preventivas y normas de conducta que redunden en un mejor estado de salud (Beltrán Aguirre, 1993; Aulló Chaves y Pelayo Pardos, 1997).

La información al ciudadano sobre los servicios y las condiciones de acceso a los mismos, así como acerca de las vías que le posibilitan el ejercicio del derecho a reclamar todavía no se ajusta en la realidad al ideal proyectado y aunque ha habido iniciativas e intentos en este sentido (*Catálogo de Prestaciones de la Seguridad Social, Real Decreto 63/1995, de 20 de enero, sobre Prestaciones Sanitarias del Sistema Nacional de Salud*) no parecen haber cubierto con la amplitud necesaria el objetivo de protección que se persigue.

La necesidad de reforzar a través de nuevos instrumentos el derecho a la autonomía del paciente y regular con mayor eficacia todo lo referente a la documentación clínica generada en los centros asistenciales ha llevado a la elaboración de una nueva norma que persigue especialmente una mayor concreción de los derechos de los usuarios en estos aspectos (*Proyecto de Ley sobre los derechos de información concernientes a la Salud y la Autonomía del Paciente, y la Documentación Clínica*). Con ella se pretenden regular específicamente los derechos de los usuarios con respecto a la Historia Clínica, el tratamiento que ha de tener en los diversos niveles asistenciales, el acceso a la información que contiene "quién puede acceder a ella y en qué condiciones", y los plazos durante los que dicha información debe conservarse. Por otro lado, la novedad más destacada de esta Ley proviene de la incorporación a una norma de ámbito estatal de la regulación sobre la elaboración de documentos de voluntades anticipadas.

La relación médico-paciente ha de basarse en la confianza mutua y en el respeto a los derechos y obligaciones que surgen de la misma y que a ambas partes afectan.

El refuerzo en el principio de autonomía debe entenderse como un avance sustancial en el reconocimiento de la dignidad y los derechos de la persona, pero en ningún caso debe servir como un elemento de interferencia que venga a quebrar la relación de confianza sobre la que asienta el acto médico y cualquier proceso curativo.

Desde los años 70 y a la par que todos estos avances se producían hemos asistido a un incremento de la conflictividad en la asistencia sanitaria y a una judicialización de la misma. El anhelado reconocimiento de los derechos de los pacientes como usuarios y consumidores de salud conlleva obligaciones para los mismos y exige evitar situaciones que son la otra cara de la moneda y propenden a la búsqueda de la indemnización como valor máximo de una sociedad de consumo.

Sin duda, mucho es el camino recorrido pero a pesar de ello todavía son numerosas las cuestiones pendientes sobre las que habrá que trabajar en años futuros, además, a ellas habrá que sumar aquellas otras que ahora nos son desconocidas pero que irremediablemente surgirán de la mano del imparable progreso científico y técnico de la Biomedicina (manipulación genética, medicina regenerativa, etc., y todo el amplio espectro de posibilidades que de ellas se derivan), para plantear, una vez más, grandes desafíos al Derecho.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Aulló Chaves, M. y Pelayo Pardos, S. La Historia Clínica. En: de Lorenzo R (coord.) Plan de Formación en Responsabilidad Legal Profesional. Madrid: Edicomplet, 1997, 26 págs.
2. Beltrán Aguirre JL. La información en la Ley General de Sanidad y en la Jurisprudencia. Derecho Sanitario 1993, 3: 157-174.
3. Benito N, Gutiérrez B, Serrano R, Trillo LM, Ubis E, Martínez Jarreta B, Ferreira I. Los derechos del anciano enfermo. En: Progreso Humano, Derechos Humanos, Ponencias y Comunicaciones del XXXI Congreso Universitario Internacional. Zaragoza: Comité Científico de la Fase Local del Congreso UNIV'98 Aragón. 1998: 109-112.
4. Convenio relativo a los Derechos Humanos y la Biomedicina. Consejo de Europa. Oviedo, abril-1997.
5. De Lorenzo y Montero R, Sánchez Caro J. El Consentimiento Informado. En: Plan de Formación en Responsabilidad Profesional. Madrid: Edicomplet, 1997, 56 págs.
6. Gallego Riestra S, Martínez Jarreta B, Sánchez Caro J, Hinojal Fonseca R. Médico-legal problems arising from AIDS and health care personnel with special reference to spanish law. Int J Med Law 1994; 13 (3/4): 241-249.
7. Gallego Riestra S, Hinojal Fonseca R, Rodríguez Getino JA. Los derechos de los pacientes: problemática médica. Med Clinic 1993: 100.
8. Gracia D. Fundamentos de Bioética. Madrid-Edema Universidad; 1989: 174 págs.
9. Gracia D. Los cambios en la Relación Médico-Enfermo. Med.Clin.1989; 93: 100-102.
10. Ley 26/1984, de 19 de julio, de Defensa de Consumidores y Usuarios.
11. Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.

12. Ley 22/1994, de 6 de julio, de Responsabilidad Civil por los Daños Causados por Productos Defectuosos.
13. Luna Maldonado A, Osuna Carrillo de Albornoz E. Los derechos del enfermo, En: Gisbert Calabuig, JA (ed). Medicina Legal y Toxicología, Masson-Barcelona; 1998: 60-66.
14. Pedreira Andrade A. Ejercicio de los derechos y reclamaciones de los usuarios. Diversas vías de actuación. En Jornadas sobre los Derechos de los Pacientes, Instituto Nacional de la Salud, Madrid, 1992: 171-1014.
15. Real Decreto 63/1995, de 20 de enero, sobre Ordenación de Prestaciones Sanitarias del Sistema Nacional del Sistema Nacional de Salud.
16. Romeo Casabona CM. La confidencialidad en la vigilancia de la salud de los trabajadores. Jornadas sobre formación en Medicina y Enfermería del Trabajo. Retos y Cuestiones pendientes, Zaragoza, 2002.
17. Sánchez-Caro J. La Relación Administración-Usuario. En: Debate Sanitario: Medicina, Sociedad y Tecnología. Bilbao-Fundación BBV; 1992: 257 y ss.
18. Sánchez Caro J, Gallego Riestra S, Rodríguez Getino JA, Hinojal R. Aspectos técnicos y jurídicos del usuario en relación con el sistema sanitario: pasado, presente y futuro de los servicios de atención al paciente. "Todo Hospital"; 1994: 103.
19. Sánchez Caro J. Historia clínica. Conflictos y propuesta de algunas soluciones. Seminario Conjunto sobre Información y Documentación Clínica. Consejo General del Poder Judicial y Ministerio de Sanidad y Consumo, Madrid, 1997.

# Defensa del consumidor y el etiquetado



José Ramón Lobera Lössel  
Veterinario del Servicio Aragonés de Salud

## COSUMO

### NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

- BÁSICAS
- COMPLEMENTARIAS

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO

### CONSUMO ACTUAL COMO MODELO EXCEDENTARIO

### PRINCIPIOS LEGISLATIVOS E INSTITUCIONALES DEL CONSUMO

### RESOLUCIÓN ONU 1985

- PRINCIPIOS GENERALES
- DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

### ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LAS PAUTAS DE CONSUMO

- DE FORMA DIRECTA
- INDIRECTAMENTE

### SITUACIÓN ESTRUCTURAL DEL CONSUMIDOR

### ADOPCIÓN DE UN SISTEMA DE TUTELA PÚBLICA CON RESPECTO AL CONSUMIDOR

### EL CONSUMIDOR EN EL ÁMBITO DE:

- UNIÓN EUROPEA
- ESTADO
- COMUNIDAD AUTÓNOMA
- MUNICIPAL

## EN EL ÁMBITO DE U.E.

- POLÍTICA COMUNITARIA
  - Tratado de Maastricht
  - Tratado de Amsterdam
- ACCIONES
- DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
- MERCADO ÚNICO-CIUDADANÍA EUROPEA
- ORGANIZACIONES DE LOS CONSUMIDORES
- ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL COMUNITARIA
  - Direcciones
  - Comités
  - Grupos
- POLÍTICA COMPARTIDA DE SALUD PÚBLICA Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES
  - Implicaciones de esta política compartida
- ACCIONES SECTORIALES EN LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES
- PLAN DE ACCIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA (1999-2001)
  - Prioridades

## A NIVEL NACIONAL

- CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978
  - Artículos y Leyes que los desarrollan
    - Ley 14/1986
    - Ley 26/1984
    - Ley 10/1995
- LEY 26/1984 Y LEY 8/1997 (Autonómica)
  - Principios esenciales
  - Capítulos de la Ley
  - Capítulo II. Protección de la salud y seguridad



- Principios básicos
- Capítulo X. Competencias estatales
  - Diferentes normas
  - Creación de sistemas
    - Sistema Arbitral de Consumo
    - Sistema Coordinado de Intercambio Rápido de Información
    - Conferencia sectorial de consumo
- R.D. 1334/1999, NORMA SOBRE ETIQUETADO, PRESENTACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS
- INSPECCIÓN ALIMENTARIA EN LA C.A. DE ARAGÓN
  - S.V.O.
  - F.A.S.
- TRIPLE PRESPECTIVA
  - Protección del consumidor
  - Potenciación lealtad en las transacciones
  - Información correcta proporcionada al consumidor
- NECESIDAD DE VERIFICAR ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS
- OBLIGACIÓN DE CUMPLIR DOS REQUISITOS ESENCIALES
  - Que contenga todos los datos exigidos
  - Correspondencia entre los datos y el producto
- REGULACIÓN DEL ETIQUETADO EN EL ÁMBITO COMUNITARIO
- TRANSPOSICIÓN A NUESTRO ORDENAMIENTO JURÍDICO DE LAS NORMAS COMUNITARIAS

### NORMA BASE ESPAÑOLA R.D. 1334/1999 Y R.D. 238/2000

- ÁMBITO DE APLICACIÓN CON RESPECTO A HIGIENE ALIMENTARIA
  - Conseguir evitar errores al consumidor
    - Características
    - Atribuciones
- CONTENIDO DE LA ETIQUETA
  - VOLUNTARIO
  - OBLIGATORIO
- OBLIGATORIO

- Denominación de venta
- Lista de ingredientes
- Grado alcohólico
- Cantidad neta
- MARCADO DE FECHAS (como obligatorio también)
  - Consumo preferente
  - Caducidad
- Condiciones de conservación
- Modo de empleo
- Identificación de la empresa
- Lote
- OTRAS MENCIONES
  - Etiquetado nutritivo-valor energético  $\neq \emptyset$
  - Gases de envasado

## ETIQUETADOS ESPECIALES

- CARNES DE VACUNO
- CARNES PICADAS
- MARCAS SANITARIAS SOBRE CANALES Y CARNE
- PESCADO Y PRODUCTOS DE LA PESCA
  - Normativa a aplicar
    - Información que debe reflejar la etiqueta
- LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS
  - Condiciones relativas al mercado de salubridad
  - Indicaciones de la marca de salubridad
  - Condiciones aplicables al etiquetado
    - Generales
    - Específicas
      - Según tipo de leche
      - Según tratamiento recibido
- EL ETIQUETADO DE LOS HUEVOS
  - Tipos de envases
  - Etiquetado e identificación según categorías
  - Indicación de recomendación (R. 1274/91/CE " 1511/96)

- Marcas sanitarias según categorías
- ETIQUETADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS FABRICADOS A PARTIR DE O.M.G.
  - Obligaciones de los transgénicos

## MARCA “CALIDAD ALIMENTARIA” DE ARAGÓN

- SIGNIFICADO
- CARACTERÍSTICAS
- CERTIFICACIONES DE LA MARCA
- PRODUCTOS ACOGIDOS

## CONCLUSIÓN

- LIBRO BLANCO SOBRE SEGURIDAD ALIMENTARIA
- ETIQUETA Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS
- ACUERDO SOBRE PUBLICIDAD DE LAS PROPIEDADES DE LOS ALIMENTOS ENTRE MI.SA.CO. Y F.I.A.B.

# Los alimentos

ACTUACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN EN DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

Luis Colón García

Jefe de la Sección de Higiene Alimentaria. Servicio Aragonés de Salud

## EL CONTROL DE LOS ALIMENTOS Y SUS MATERIAS PRIMAS

### ■ LOS ALIMENTOS. CONCEPTO Y TIPOS

### ■ FUNDAMENTOS LEGALES DEL CONTROL Y SEGURIDAD ALIMENTARIOS:

- Principales normas de aplicación. Marco normativo europeo, nacional y especial referencia a las actuaciones de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón.
- Derecho del consumidor.
- Actuación de la Administración.

### ■ SEGURIDAD ALIMENTARIA:

- Cadena alimentaria.
- Funciones y responsabilidades. Criterios modernos de responsabilidad en materia de seguridad alimentaria. Evolución de los criterios de responsabilidad y su repercusión en la empresa y en el consumidor.
- Papel de las industrias alimentarias. Acceso a sistemas de responsabilidad en materia de higiene alimentaria.



- Función de las autoridades competentes en cada caso. Finalidad y mecanismos de sus actuaciones en el nuevo marco de controles de seguridad alimentaria. Evolución de los criterios y mecanismos de control alimentario por parte de la Administración sanitaria.
- CONTROL DE LOS ALIMENTOS Y MATERIAS PRIMAS:
- Actuación inspectora de la Administración. Principales tipos de mecanismos y herramientas utilizados para la defensa de la salud de los consumidores por causas de origen alimentario.
  - Deficiencias encontradas frecuentemente en las inspecciones de establecimientos e industrias alimentarias. Adopción de medidas para su subsanación.
  - Toma de muestras de alimentos.
- MEDIDAS CAUTELARES EN EL CONTROL DE INDUSTRIAS Y ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS:
- Consideraciones sobre la figura del inspector.
  - Clases o tipos de medidas cautelares.
  - Causas que justifican la adopción de los diferentes tipos de medidas cautelares.
  - Herramientas de la inspección para llevar a efecto las medidas.
  - Competencia para la adopción de medidas.
  - Criterios de adopción.
  - Consideraciones procedimentales.

## SISTEMAS COORDINADOS DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN MATERIA ALIMENTARIA

- DESCRIPCIÓN DE RECURSOS HUMANOS INVERTIDOS EN LAS MEDIDAS DE CONTROL DE LAS INDUSTRIAS Y ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN.
- ESTRATEGIAS ORDINARIAS DE CONTROL DE INDUSTRIAS Y ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS.
- AUTORIDAD EUROPEA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA. AUTORIDADES DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN ESPAÑA Y ARAGÓN. MECANISMOS DE COORDINACIÓN.

- HERRAMIENTAS Y PROCEDIMIENTOS DE COORDINACIÓN FRECUENTEMENTE UTILIZADOS EN LAS FUNCIONES ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS DE CONTROL ALIMENTARIO ENTRE LAS DIFERENTES ADMINISTRACIONES.
- COORDINACIÓN EN MATERIA DE HIGIENE ALIMENTARIA EN ZARAGOZA.
- INTERVENCIÓN ANTE SITUACIONES EXTRAORDINARIAS:
  - Brotes de enfermedades transmitidas por alimentos:
    - Carácter de las actuaciones.
    - Adopción de medidas.
  - Alertas y crisis alimentarias:
    - Criterios.
    - Sistema de intercambio de información. Características y mecanismo de funcionamiento.
    - Ejemplo práctico (real) de actuación en una crisis alimentaria.

## INFORMACIONES Y DENUNCIAS DE LOS CONSUMIDORES EN EL CONTROL ALIMENTARIO

- MECANISMOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES.
- CONCEPTOS DE INFORMACIÓN Y DENUNCIA.
- IMPORTANCIA DE LAS INFORMACIONES Y DENUNCIAS EN EL CONTROL ALIMENTARIO.
- ASPECTOS FORMALES DE LAS DENUNCIAS:
  - Requisitos.
  - Vías de canalización.
- INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
- ASPECTOS SOBRE EL CONTENIDO DE LAS DENUNCIAS.
- CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTUACIONES RELACIONADAS CON LAS DENUNCIAS E INFORMACIONES DE LOS CONSUMIDORES.
- INFORMACIONES Y DENUNCIAS:
  - Acción de la Administración.
  - Procedimientos.
  - Valores.

- COMUNICACIÓN DE ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS.
- CASOS PRÁCTICOS PARA EL ESTUDIO Y DEBATE DE LOS SIGUIENTES CONCEPTOS.
  - Denuncias y análisis de alimentos.
  - Sentido de las denuncias de los consumidores.
  - Objetivos perseguidos por los consumidores en sus denuncias.
  - Contenido mínimo de una denuncia.
  - Qué se puede esperar y qué no de una denuncia.

# La seguridad alimentaria, un reto para la Europa del siglo XXI



Juan José Badiola Díez  
Departamento de Patología Animal  
Universidad de Zaragoza  
Presidente del Consejo  
General de Colegios  
Veterinarios de España

La cadena alimentaria europea es una de las más seguras del mundo. A pesar de ello, los consumidores europeos tienen una actitud desconfiada hacia la misma. Eso ha sido debido, sin duda, a las sucesivas emergencias ocurridas en relación con la alimentación humana y también animal, que sin duda han puesto de manifiesto serias deficiencias.

Esto exige la adopción por parte de las autoridades responsables de medidas destinadas a mejorar y reforzar los sistemas relacionados con la seguridad de los alimentos y éstas deben marcarse como objetivo prioritario restablecer la confianza de los ciudadanos en la oferta alimentaria, dado que la protección de la salud es un objetivo absolutamente prioritario.

La producción y el consumo de alimentos son esenciales en cualquier sociedad, ya que tienen repercusiones en el desarrollo equilibrado de los humanos, pero también importantes repercusiones sociales, económicas y medioambientales.

## IMPORTANCIA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

La industria agroalimentaria supone una producción anual de 600.000 millones de euros (15 por ciento de la producción industrial total). La UE es el mayor productor



mundial de alimentos. Este sector es el tercer mayor empleador del ámbito industrial (2,6 millones de empleados, de los que el 30% se encuadra en pequeños y medianos empresarios).

Por otra parte, el sector agrícola supone una producción anual de 220.000 millones de euros e incorpora a 7,5 millones de empleos a tiempo completo. Las exportaciones de productos alimenticios y bebidas suponen 50.000 millones de euros/año.

Dada la importancia cualitativa y cuantitativa del sector, se entiende que la seguridad alimentaria debe constituir un objetivo prioritario de la sociedad, de los poderes públicos y de los productores.

Los consumidores tienen el derecho a recibir una amplia gama de productos seguros y de elevada calidad y con esas garantías deben ofrecerse en todos los países productores que comercialicen alimentos en la UE y para la UE.

Una política efectiva de seguridad alimentaria debe reconocer la naturaleza interdependiente de la producción de alimentos. Cada vez es mayor la complejidad de la cadena de producción de alimentos. Por ello, cada uno de sus eslabones debe tener idéntica solidez para garantizar la seguridad. Si uno se rompe, afecta a toda la cadena, por muy seguros que sean los restantes.

Por ello, es preciso:

- Determinar y supervisar los riesgos para la salud vinculados con las materias primas, las prácticas agrarias y las actividades relacionadas con el procesamiento de los alimentos.
- Establecer medidas precisas para gestionar y regular el riesgo.
- Disponer de sistemas de control que permitan supervisar y garantizar la aplicación de la reglamentación correspondiente.

Hasta hace no mucho tiempo, las medidas que se relacionaban con la seguridad alimentaria tenían una base sectorial y nacional. Pero la creciente integración de las economías nacionales en un mercado único, los avances experimentados en el terreno agrario y en la transformación de alimentos, los nuevos patrones de distribución hacen necesario un nuevo planteamiento. Por ello, todo este asunto requiere un enfoque global e integrado en materia de seguridad.

La responsabilidad es de todos los sectores (administración –poderes públicos– productores, industria alimentaria, comercialización) y de todas las instancias administrativas (administración regional, estatal, europea), ya que la producción en cada país puede tener diversos destinos y la cadena de un país afecta a otro.

Por ello es necesario reforzar la coordinación e integración, en la manera en que se organiza la seguridad alimentaria para:

- Abordar las deficiencias existentes.

- Crear un marco de seguridad alimentaria a nivel europeo que se sitúe a la vanguardia mundial y que garantice un nivel elevado de salud pública y de protección de los consumidores.
- Por lo que resulta indispensable el compromiso de los interesados en la cadena alimentaria de los estados miembros de la UE, así como de los terceros países.



Juan José Badiola Díez.

Por ello se requieren una amplia gama de acciones encaminadas a completar y modernizar la actual legislación alimentaria, hacerla más coherente, comprensible y flexible, fomentar una más correcta aplicación de la misma, y proporcionar una mayor transparencia a los consumidores.

## PRINCIPIOS DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

- 1) La política de seguridad alimentaria debe basarse, como ya se ha dicho, en un planteamiento global e integrador, es decir, a lo largo de toda la cadena alimentaria, lo cual permita garantizarla "desde la granja o la tierra al consumidor".
- 2) Definición clara de las responsabilidades de cada participante en el proceso. Esa responsabilidad debe serle exigida a todos los actores de la cadena alimentaria:
  - Fabricantes de alimentos para animales.
  - Productores (agricultores y ganaderos).
  - Transformadores de alimentos para consumo humano.
  - Autoridades en los estados miembros de la UE y en terceros países.
  - Comisión Europea.
  - Consumidores.
  - Así, todos los segmentos de la cadena están por lo tanto involucrados:
    - Producción de alimentos para animales.
    - Producción primaria.
    - Transformación de alimentos.

- Almacenamiento.
- Transporte.
- Venta minorista.

Ello permitirá poner en práctica de forma efectiva esa política de seguridad alimentaria desde la granja al consumidor.

3) Trazabilidad de los alimentos para consumo humano y animal y sus ingredientes.

Los procedimientos para facilitarla implican la retirada de alimentos cuando se detecta un riesgo y la conservación de registros adecuados de los proveedores de materias primas para determinar fácilmente su fuente.

Es, desde luego, una cuestión compleja, al depender de los distintos sectores y productos.

4) La legislación alimentaria debe ser más coherente, eficaz y dinámica y someterse a revisión constante para dar respuesta a nuevas situaciones y peligros, y tener posibilidad de adaptarse a ellos.

5) Transferencia y participación en y de todos los sectores implicados. El consumidor exige conocer y participar en cómo se resuelven los problemas.

6) Análisis de riesgo.

Base de la política de seguridad alimentaria con sus 3 componentes:

- Determinación de riesgo (asesoramiento científico y análisis de datos).
- Gestión de riesgo (reglamentación y control).
- Proceso de comunicación de riesgo.

7) Principio de precaución, que debe aplicarse cuando no se conocen bien los riesgos y cómo contrarrestarlos. Constituye un comportamiento clave en materia de seguridad alimentaria.

8) Consideración de otros factores, como los medioambientales, el bienestar animal, la agricultura sostenible y las expectativas en cuanto a la calidad de los productos.

Todas estas cuestiones han conducido a la necesidad de disponer de agencias especializadas, tanto a nivel europeo como en cada uno de los estados, que deben ser presididas por los principios de independencia, excelencia y transparencia, para asesorar a las autoridades correspondientes en estas materias. Así, se ha creado la Autoridad Alimentaria Europea y las Agencias de Seguridad Alimentarias nacionales, y en el caso de España, también en varias comunidades autónomas, como la aragonesa.

# Protección de datos personales y medidas de seguridad de los sistemas de información y comunicación



Fernando Galindo Ayuda  
Departamento de Derecho Penal,  
Filosofía del Derecho e Historia del Derecho. Universidad de Zaragoza

## OBJETIVOS

El módulo tiene por objeto presentar a futuros especialistas en consumo las características generales de la regulación sobre tecnologías de la información y la comunicación, teniendo en cuenta el contexto en el que nos encontramos. El contexto está constituido por el tránsito a la sociedad del conocimiento, motivado por la creciente implantación de Internet.

En la docencia serán presentadas las notas básicas de la normativa atendiendo, especialmente, al contenido de la regulación sobre protección de datos y la relativa a medidas de seguridad de los sistemas de información y la comunicación, y a la participación que dicha normativa prevé para la intervención de los consumidores en su puesta en realidad mediante su actuación en la elaboración e implantación de códigos de práctica.

## JUSTIFICACIÓN

La sensibilidad social con respecto a las consecuencias sociales y políticas de las tecnologías de la información se expresó desde los años setenta del siglo XX me-



diante la regulación de lo que se vino a denominar inicialmente la "privacidad": el derecho que cada uno tiene a preservar su campo de vida y acción con respecto a los demás, en relación a la expansión que comenzaba en la época del uso de los ordenadores para almacenar y procesar información referida a personas particulares. Es entonces cuando, especialmente en Europa, se promulgaron normas que garantizaban la privacidad y, especialmente, la protección de datos personales frente a posibles excesos en el uso de los mismos por las autoridades e instituciones encargadas de su procesamiento. Estas normas tenían un doble objetivo: preservaban la privacidad o intimidad de los individuos a la vez que también ajustaban a ella el uso de las tecnologías de la información y la comunicación por el Estado y las instituciones públicas que, especialmente, debían cumplir las funciones propias del Estado social o de bienestar utilizando como instrumentos auxiliares las posibilidades que ofrecían dichas tecnologías. Estas normas regularon, a estos efectos, el principio del requerimiento del consentimiento de los ciudadanos para la recopilación y uso de información referida a los mismos, y las organizaciones y reglas propias de instituciones especializadas (Agencia de Protección de Datos es la denominación española) establecidas para su defensa. También se ocuparon de establecer las medidas técnicas de seguridad indispensables para el cumplimiento de todo lo anterior.

La aparición de Internet en la segunda mitad de los años noventa del siglo XX y su posterior proceso de generalización a través de fenómenos como son los denominados comercio y gobierno electrónicos, es decir, la posibilidad de que los ciudadanos adquieran productos desde los ordenadores situados en sus viviendas, o utilicen los servicios de acceso a información o gestión administrativa propios de las Administraciones Públicas, ha introducido un nuevo escenario en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el que también han de quedar preservados los derechos de intimidad o privacidad y otros derechos como son los de secreto de las comunicaciones o el más genérico de seguridad jurídica referido a la identificación de los usuarios de Internet, que pueden ser vulnerados por el nuevo contexto en el que se desarrollan las relaciones sociales. Ha de tenerse en cuenta, además, que los participantes en el aprovechamiento de las tecnologías son otros: ya no son sólo el Estado y los ciudadanos, están también las empresas y, por supuesto, los consumidores. El ámbito de acción, además, no es sólo el del territorio próximo: la localidad o el país en el que uno vive, sino que tiene alcance internacional porque el comercio o los servicios se pueden prestar por empresas e instituciones situadas en lugares diferentes al propio del consumidor/ciudadano que los contrata o consulta.

La novedad no hace olvidar que sigue en vigor el respeto a las medidas de seguridad de los sistemas de información y comunicación que, como instrumentos auxiliares, permiten el funcionamiento de las instituciones sociales y, además, que se ponga en acción el principio del consentimiento para la utilización de los datos personales que

tienen reconocidos todos los ciudadanos por las leyes de protección de datos y las normas constitucionales. Este principio del consentimiento, por otro lado, es el que ha hecho que las medidas normativas destinadas a regular la protección de datos y las medidas de seguridad de los sistemas de información den cabida a la intervención de los consumidores en la actualización de la regulación de las tecnologías de la información y la comunicación a través, especialmente, de la elaboración e implantación de códigos de práctica. Ha de tenerse en cuenta que el consentimiento es una forma de hacer realidad un mecanismo de regulación que es usado habitualmente en Internet desde su comienzo: la autorregulación.

#### ■ TEMARIO

El temario se presenta desde una doble perspectiva: por un lado están recogidas las consideraciones generales y datos básicos sobre la materia y por otro se mencionan varias actividades que ponen en acción la regulación existente.

#### ■ PLANTEAMIENTO

##### **Internet como contexto**

- Características generales
- Límites físicos y jurídicos

##### **Consumo e Internet**

- Estadísticas
- Realidad de la sociedad del conocimiento: gobierno electrónico

##### **Medidas de seguridad de los sistemas de información y comunicación**

- Cifrado
- Sellos de garantía

##### **La protección de datos personales**

- Qué es
- Funcionamiento
- Las medidas de seguridad
- Consumidores y códigos de práctica

#### ■ EJEMPLOS DE INFRAESTRUCTURAS DE SEGURIDAD

##### **La red FESTE**

##### **El proyecto AEQUITAS Procuradores**

##### **El proyecto Registradores**

##### **El sello de garantía AGACE**

## BIBLIOGRAFÍA

AUTORES VARIOS: *Internet. Claves legales para la empresa*, Madrid, Civitas, 2002.

- DEL PESO NAVARRO, E.: *LORTAD. Reglamento de seguridad*, Madrid, Díaz de Santos, 1999.
- GALINDO, F.: *Derecho e Informática*. Madrid, La Ley, 1999.
- GALINDO, F.: *El acceso a textos jurídicos. Introducción práctica a la Filosofía del Derecho*. Zaragoza, Mira Editores, 1993.
- GRAU, E.: *El futuro de la red*, Barcelona, Icaria, 2002.
- JOHNSON, D.G.: *Computer Ethics*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1985.
- LLANEZA, P.: *Internet y comunicaciones digitales*, Barcelona, Bosch, 2000.
- MARTIN, M.W., SCHINZINGER, R.: *Ethics in Engineering*. New York, McGraw Hill, 1989.
- MASUDA, Y.: *La sociedad informatizada como sociedad postindustrial*. Madrid, Fundesco/Tecnos, 1984.
- MUÑOZ MACHADO, S.: *La regulación de la red. Poder y Derecho en Internet*, Madrid, Taurus, 2000.
- MURILLO, P.L.: *El derecho a la autodeterminación informativa*. Madrid, Tecnos, 1990.
- NORA, S., MINC, A.: *La informatización de la sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica, 1980.
- PERALES SANZ, J. L.: *La seguridad jurídica en las transacciones electrónicas*, Madrid, Civitas, 2002.
- PÉREZ LUÑO, A.E.: *Manual de informática y derecho*. Barcelona, Ariel, 1996.
- SÁNCHEZ BLANCO, A.: *Internet. Sociedad, empresa y poderes públicos*, Comares, Granada, 2000.
- SEMPERE, A.: *Nuevas Tecnologías y Relaciones Laborales*, Elcano, Aranzadi, 2002.
- SUSSKIND, R.: *The future of Law. Facing the challenge of information technology*. London, Oxford, 1996.
- TAPPER, C.: *Computer Law*, London, Longman, 1989.

# Transportes



Carlos Lasierra Roy  
Abogado

## CONTRATO DE TRANSPORTE

### ■ CONCEPTO

Es aquel en que un empresario se obliga, a cambio de un precio, a trasladar de un lugar a otro a personas, cosas, o ambos a la vez, utilizando un medio de locomoción pactado. El objeto del contrato no es la prestación de un servicio sino alcanzar un resultado. El transportista no cumple con desarrollar diligentemente una actividad o servicio sino que asume la obligación de alcanzar el resultado de trasladar una persona o cosa hasta que llegue a un lugar determinado.

### ■ CLASES DE TRANSPORTE

Existen múltiples clasificaciones:

- Por su objeto, el transporte puede ser de cosas, de personas o mixtos.
- Por el medio en que se realiza, terrestre, fluvial o marítimo, marítimo y aéreo. El transporte terrestre puede ser por carretera, por cable o por ferrocarril, y el transporte marítimo se denomina fletamento, si es de cosas, o contrato de pasaje, si es de personas.
- Por su naturaleza, los transportes pueden ser públicos, que se realizan por cuenta ajena mediante retribución económica, o privados, que se realizan por cuenta propia para satisfacer necesidades particulares o como complemento de otras activi-





dades principales del mismo sujeto. Los transportes públicos de viajeros por carretera pueden ser regulares, si se efectúan con horario y calendario preestablecidos e itinerarios predeterminados, o discrecionales, sin sujeción a itinerario, calendario ni horario preestablecidos. Los transportes públicos de mercancías por carretera son siempre discrecionales.

- Por su ámbito, pueden ser interiores (con origen y destino dentro del territorio nacional) o internacionales (cuyo itinerario discurre en todo o parte por territorio extranjero).
- Por la especificidad del objeto, pueden ser ordinarios o especiales, por razón de peligrosidad, urgencia, incompatibilidad con otros transportes, repercusión social u otras causas similares.
- Dependiendo de que se emplee un único medio de transporte o una pluralidad, puede ser simple o intermodal, y si se realiza por un único transportista o una pluralidad, único o combinado.

## ■ CONTENIDO

El contrato se perfecciona por el consentimiento de las partes, salvo en el contrato de transporte aéreo y ferroviario que tiene lugar por la entrega de la cosa al porteador o transportista. La entrega del billete, documento en que se formaliza el contrato, prueba su existencia. Suele ser un contrato de adhesión sujeto a condiciones generales cuyo control corresponde a la Administración.

La obligación principal del transportista es la de trasladar al pasajero y su equipaje por el itinerario y fecha pactados. Si por causas que no le son imputables el transportista no logra alcanzar este resultado, queda liberado de su obligación, pero no puede exigir el pago del precio. Si el traslado se suspende por su culpa, el viajero puede elegir entre el cumplimiento tardío de la obligación o la devolución del precio con la indemnización de los daños y perjuicios causados por la suspensión o retraso.

El viajero, por su parte, está obligado fundamentalmente a pagar el precio dentro del plazo establecido y a facilitar el cumplimiento del contrato presentándose a la hora señalada en el billete.

Dependiendo de la clase de contrato de transporte que se concluya, existen determinadas singularidades.

## CONTRATO DE TRANSPORTE TERRESTE

### ■ ANULACIÓN DE BILLETES

Solamente es posible si se solicita, al menos, 2 horas antes del viaje. En caso de anulación, la empresa devolverá al viajero el importe del billete deduciendo un 10%, si

lo solicita con al menos 48 horas de antelación. La reducción será del 20% si es solicitada entre las 48 y 2 horas anteriores a la salida.

En el caso de viaje por ferrocarril, cabe la anulación 15 minutos antes de la salida del tren, si la anulación se realiza en la estación de origen o en una dependencia provista de interconexión electrónica. En las demás estaciones el plazo será de 1 hora antes de la salida. La cantidad a devolver dependerá de la línea y tarifa aplicable al día que se trate. Si la anulación es motivada por RENFE deberá reintegrar al pasajero la totalidad del billete.

### ■ EQUIPAJES

El viajero tiene derecho a transportar gratuitamente hasta 30 kg de equipaje. En caso de pérdida o deterioro su responsabilidad estará limitada a 12,02 euros por kilo, salvo que haya mediado dolo del transportista.

En el caso de objetos de valor, puede pactarse una cobertura especial, pero deberá pagarse una cantidad adicional al billete, en cuyo caso se tendrá derecho a la cantidad pactada.

En el transporte ferroviario el precio incluye además el seguro de pérdida de equipaje facturado cuya cobertura puede ampliarse si lo transportado son también objetos de valor, en este caso de pérdida.

En el servicio de grandes líneas de RENFE no cabe indemnización por pérdida o deterioro del equipaje al no existir servicio de facturación. En el AVE el viajero tiene derecho a una indemnización máxima de 300,05 euros por bulto facturado.

### ■ RETRASO

Si existe retraso sobre el horario debido a culpa del transportista, éste habrá de devolverle el precio ya pagado e indemnizarle de los daños y perjuicios sufridos, salvo lo que se estipule expresamente en las condiciones generales de transporte.

Además en el caso de que el medio utilizado sea el tren y se trata de una combinación de trenes de modo que por retraso del primero no pueda tomarse el segundo, el viajero tendrá derecho en todo caso o bien a la devolución del precio pagado o al abono de los gastos de hospedaje y manutención que esta situación le ocasione.

En el servicio de grandes líneas de RENFE, existe una indemnización que varía del 25 al 100% del precio del billete dependiendo del retraso y siempre que sea superior a una hora. Si el AVE sufre una demora de 5 minutos la indemnización es un viaje equivalente.

### ■ JUNTAS ARBITRALES DE TRANSPORTES

Entre otras funciones, resuelven las reclamaciones de carácter mercantil y contenido económico relacionadas con el cumplimiento de los contratos de transporte terres-

tre (carretera, ferrocarril y cable) y de actividades auxiliares y complementarias de transporte ya se trate de viajeros (urbano e interurbano) o de mercancías, de carácter interno o internacionales, así como intermodales cuando uno de los modos sea transporte.

Resuelven obligatoriamente las reclamaciones que no excedan de 3.005,06 euros, salvo que una de las partes hubiera manifestado expresamente a la otra su voluntad de excluir su competencia antes de que se inicie o debiera iniciarse la realización del servicio o actividad contratado. También puede intervenir en reclamaciones que excedan de 3.005,06 euros, si hay pacto en este sentido.

Las Juntas, que han sido creadas en todas las Comunidades Autónomas, están compuestas por representantes de la Administración así como por representantes del sector privado que correspondan a la materia de la controversia planteada (existen vocalías de usuarios, cargadores, empresas de transporte de viajeros, de transporte de mercancías, actividades auxiliares y de transporte ferroviario).

El procedimiento arbitral que se desarrolla ante las mismas se caracteriza por su rapidez y antiformalismo (un simple escrito de reclamación y un único trámite de vista bastan para resolver las reclamaciones que se planteen) y gratuidad, no siendo necesaria la intervención de abogado ni procurador para que cualquier usuario, transportista, cargador o intermediario que haya sido parte contratante en el transporte pueda acudir a la Junta Arbitral. Concluye con un laudo arbitral que sustituye a la sentencia judicial, vinculante y ejecutivo y que tendrá efectos idénticos a la cosa juzgada.

#### ■ SEGURO OBLIGATORIO DE VIAJEROS

Su finalidad es indemnizar los posibles daños sufridos por motivo de un accidente producido en un viaje de transporte público colectivo de viajeros, que tenga lugar por carretera, cable, ferrocarril o por mar. Garantiza las indemnizaciones por daños corporales así como la asistencia sanitaria requerida, siempre que del resultado se produzca incapacidad temporal, invalidez permanente o muerte del viajero.

Protege, como regla general, los accidentes ocurridos durante el viaje, los acaecidos antes de comenzar éste, una vez que el medio de transporte haya sido puesto a disposición de ser utilizado por los viajeros, así como los sobrevenidos después de terminar el viaje, siempre que el usuario se encontrase en el vehículo.

## CONTRATO DE TRANSPORTE MARÍTIMO

Del contrato de pasaje o transporte marítimo de viajeros cabe destacar las siguientes notas:

- Su contenido no se suele limitar a la obligación de trasladar al viajero y su equipaje sino que puede extenderse a otras prestaciones, como alojarlo a bordo del barco y ofrecer el servicio de restauración.
- Para garantizar el precio del pasaje, el transportista puede retener el equipaje y disfruta de preferencia para saldar la deuda con el resultado de ejecutarlo en pública subasta.
- Si antes de iniciarse el viaje, se suspende por culpa del capitán o el naviero, el viajero tiene derecho a la resolución del contrato, a la devolución del precio del billete y a la correspondiente indemnización por daños y perjuicios. Si se suspende por fuerza mayor o caso fortuito, sólo tendrá derecho a la devolución del precio.

Si se retrasa el viaje por un plazo inferior a 10 días por culpa del naviero, debe alojar y mantener a bordo al pasajero y si el retraso es superior a 10 días debe indemnizarle con los daños y perjuicios sufridos (salvo que medie fuerza mayor o caso fortuito) y en todo caso debe devolverle el importe del pasaje.

## CONTRATO DE TRANSPORTE AÉREO

### ■ RETRASOS Y CANCELACIONES

Cuando el viaje se suspenda o retrase por causa de fuerza mayor o razones meteorológicas que afecten a la seguridad del mismo, el transportista devolverá el precio del billete. Si el viaje ya se ha iniciado y se interrumpe por cualquiera de estas causas, deberá efectuar el transporte de viajeros y equipajes hasta su destino por su cuenta, utilizando el medio más rápido posible y corriendo con los gastos de manutención y hospedaje.

### ■ SOBREVENTA ("OVERBOOKING")

El pasajero tiene derecho a embarcar en el vuelo contratado. En los casos en que se deniega el embarque en un vuelo regular con exceso de reserva a un pasajero que posea un billete válido y una reserva conformada, con salida de un aeropuerto situado en la Unión Europea, puede elegir entre una de las siguientes opciones:

- El reembolso sin penalización del precio del billete correspondiente a la parte no efectuada del viaje.
- La conducción lo más rápida posible hasta el destino final.
- La conducción en una fecha posterior que le convenga.

La compañía aérea le abonará una compensación mínima de 150 euros para vuelos de hasta 3.500 km. y de 300 euros para vuelos de más de 3.500 km. Estas compensaciones podrán reducirse en un 50% si la compañía ofrece al pasajero la

conducción hasta el destino final en otro vuelo con una diferencia en la hora de llegada a la programada inicialmente que no sea superior a las dos horas para los vuelos de un máximo de 3.500 km. y a cuatro horas para los vuelos de más de 3.500 km. El importe de estas compensaciones puede estar limitado al precio del billete correspondiente al destino final y se abonará en metálico, salvo que se acuerden que se abonen en bonos de viaje u otros servicios distintos.

Además, la compañía se hará cargo de los gastos de una llamada telefónica y/o un mensaje por telex o telefax al punto de destino, la manutención precisa en función del tiempo que sea necesario esperar y el alojamiento en un hotel en el caso que sea necesario pernoctar una o varias noches.

Se puede reclamar judicialmente para obtener indemnizaciones adicionales a las compensaciones citadas.

### ■ EQUIPAJE

El transportista está obligado a trasladar juntamente con los pasajeros su equipaje. Este transporte está incluido en el precio del billete siempre que no suela exceder de 30 kilos para los pasajeros que vuelen en primera clase y preferente y 20 kilos en clase turista. Se puede facturar más del peso del permitido pagando la cantidad que esté establecida en concepto de exceso de equipaje.

El transportista responde de la pérdida o deterioro de los equipajes facturados o de mano en vuelos nacionales hasta el límite de 500 derechos especiales de giro (D.E.G.) por unidad así como del retraso del equipaje facturado hasta el límite de una cantidad equivalente al precio del transporte. En los vuelos internacionales los límites serán de 17 D.E.G. por kilo para los equipajes facturados y de 332 D.E.G. por pasajero para el equipaje de mano. El derecho especial de giro es una unidad definida por el Fondo Monetario Internacional cuya equivalencia en euros al día 30 de septiembre de 2002 era de 0,7446 euros.

Si el equipaje facturado o de mano se transporta bajo manifestación de valor declarado, aceptado por la compañía aérea y previo pago de una cantidad adicional, el límite de responsabilidad corresponde a ese valor.

En los casos de pérdida, deterioro o retraso del equipaje debe rellenarse en el propio aeropuerto el denominado parte de irregularidad del equipaje. La reclamación por deterioro, pérdida o retraso en el equipaje facturado en los vuelos nacionales deberá formalizarse por escrito ante el transportista dentro de los diez días desde que se entregó o debió entregarse y en los vuelos internacionales el plazo será respectivamente de siete y veintiún días.

## ■ RESPONSABILIDAD

La responsabilidad de una compañía aérea por daños ocurridos en caso de muerte o incapacidad total permanente, incapacidad parcial permanente, e incapacidad parcial temporal estará limitada hasta 100.000 derechos especiales de giro (D.E.G.), 58.000 D.E.G. y 29.000 D.E.G., respectivamente. La responsabilidad es objetiva y el transportista no puede ampararse en esos límites de responsabilidad, si se prueba que el daño es resultado de una acción u omisión suya, en la que existe dolo o culpa grave.

En el ámbito de la Unión Europea, la responsabilidad no estará sujeta a ningún límite, a no ser que la compañía demuestre que se adoptaron todas las medidas necesarias para evitar el perjuicio o que les fue imposible adoptar dichas medidas, en cuyo caso el límite está fijado en 100.000 D.E.G.

# Viajes



Carlos Lasierra Roy  
Abogado

## AGENCIAS DE VIAJES

### ■ CONCEPTO

Son las personas físicas o jurídicas que, estando en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusiva al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos.

### ■ LA EXCLUSIVIDAD DE LA DENOMINACIÓN Y LAS ACTIVIDADES QUE LE SON PROPIAS

La denominación "Agencias de Viajes" está reservada en exclusiva a las empresas que dediquen su actividad a la prestación de los siguientes servicios:

- a) Mediación en la venta de billetes o reservas de plazas en toda clase de transportes o de habitaciones y servicios en las empresas turísticas.
- b) Organización y venta de viajes combinados.
- c) Organización y venta de las llamadas "excursiones de un día".
- d) Representación de Agencias nacionales o extranjeras.

En cambio, son actividades no reservadas en exclusiva, ya que se prestan en régimen de libre concurrencia:

- a) Información turística y difusión de material de propaganda.
- b) Cambio de divisas y venta y cambio de cheques de viajeros.



- c) Expedición y transferencia de equipajes por cualquier medio de transporte.
- d) Formalización de pólizas de seguro turístico.
- e) Alquiler de vehículos con o sin conductor.
- f) Reserva, adquisición y venta de billetes o entradas de todo tipo de espectáculos, museos y monumentos.
- g) Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo.
- h) Flete de aviones, barcos, autobuses o trenes especiales.
- i) Prestación de otros servicios turísticos complementarios de los anteriores.

#### ■ CLASES DE AGENCIAS DE VIAJES

- Mayoristas: aquéllas que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios turísticos y viajes combinados para su ofrecimiento y venta a los minoristas, no pudiendo ofrecer ni vender directamente sus productos al usuario.
- Minoristas: aquéllas que, o bien comercializan el producto de las Agencias mayoristas vendiéndolo directamente al usuario, o bien proyectan, elaboran, organizan y/o venden toda clase de servicios turísticos y viajes combinados directamente al usuario, no pudiendo ofrecer sus productos a otras Agencias.
- Mayoristas-minoristas: pueden simultanear las actividades anteriores.

#### ■ HABILITACIÓN

Para su válido funcionamiento deben obtener de la autoridad autonómica competente en materia de turismo el título-licencia, para lo que deben aportar previamente:

- Póliza de seguro que cubra las responsabilidades en que puedan incurrir en razón de su actividad (responsabilidad civil de explotación del negocio, responsabilidad civil indirecta o subsidiaria y responsabilidad por daños patrimoniales primarios) y toda clase de siniestros (daños corporales, daños materiales y perjuicios económicos causados).
- Copia fehaciente de los contratos o títulos suficientes que prueben la disponibilidad de los locales u oficinas.
- Documento acreditativo de la constitución de la fianza para responder de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios a los consumidores y en especial del reembolso de los fondos depositados y el resarcimientos de los gastos de repatriación en el supuesto de insolvencia o quiebra. Ésta afecta al cumplimiento de obligaciones que se deriven de resoluciones firmes en vía judicial o de laudos dictados por la Junta Arbitral de Consumo.
- Designación de la persona responsable del establecimiento.



- Documentación acreditativa de haber solicitado el nombre comercial y rótulo del establecimiento correspondiente.
- Acreditación de la personalidad física o jurídica del solicitante.

Otorgado el título-licencia, la Agencia antes de iniciar sus actividades debe disponer de hojas de reclamaciones, en el plazo de un mes darse de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas y en el plazo de dos años presentar documentación acreditativa de la concesión por el Registro de la Propiedad Industrial del nombre comercial y el rótulo del establecimiento.

#### ■ PUBLICIDAD

Los folletos, programas y toda descripción de los servicios prestados por las Agencias responderán a criterios de utilidad, precisión y veracidad y no podrá incluir publicidad falsa o engañosa. En toda propaganda, correspondencia, documentación y publicidad se indicará el código de identificación, el nombre, en su caso la marca comercial registrada y la dirección.

Los contratos que las Agencias conciertan con los consumidores o usuarios son de dos tipos: de viajes combinados y de servicios sueltos.

## CONTRATOS DE SERVICIOS SUELTOS

#### ■ CONCEPTO

Son aquellos en virtud de los cuales las Agencias de viajes prestan cualquier servicio de los propios de su actividad que no pueda ser considerado viaje combinado.

#### ■ INFORMACIÓN

Las Agencias deben informar previamente del coste de los servicios a prestar así como también por escrito de las cláusulas de anulación aplicables al desistimiento.

En las estancias superiores a 24 horas, deberán entregar a los consumidores información escrita sobre la duración del viaje, clasificación, categoría, situación y demás características de los establecimientos de alojamiento. En las excursiones de un día se facilitará información sobre el transporte y servicios ofrecidos.

En los servicios a prestar en el extranjero deberá informar sobre los requisitos en materia de pasaporte, visados, exigencias sanitarias y demás requisitos necesarios para la realización del viaje.

#### ■ PRECIO

Sólo pueden percibir las Agencias el precio que corresponda a cada servicio, al que se podrá añadir un recargo por los gastos de gestión derivados de la operación, que se pondrá en conocimiento del usuario con anterioridad. Sobre el precio podrá exigir

un depósito contra el que entregarán recibo o justificante en el que constarán las cantidades recibidas a cuenta y sus conceptos.

### ■ DOCUMENTACIÓN

En el momento de perfección del contrato, se entregarán al usuario por la Agencia los títulos, bonos y demás documentos necesarios correspondientes a los servicios contratados, acompañados de una factura en la que se especifique separadamente el precio de cada uno de los servicios y el recargo por los gastos de gestión.

### ■ DESISTIMIENTO

El usuario puede en todo momento desistir de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades abonadas, pero deberá abonar a la Agencia los gastos de gestión, los de anulación, si los hubiere, debidamente justificados, así como la cuantía resultante de la aplicación de las cláusulas de anulación. Si el usuario no se presenta a la hora prevista para la salida no tendrá derecho a devolución alguna, salvo causa de fuerza mayor demostrable o acuerdo de las partes.

En las estancias superiores a 24 horas así como en las excursiones de un día, el usuario deberá abonar además una penalización del 5% del importe total si el desistimiento se produce con más de 15 y menos de 10 días de antelación, del 15% entre los días 3 y 10 y del 25% dentro de las 48 horas anteriores.

### ■ CUMPLIMIENTO

La Agencia está obligada a facilitar al cliente la totalidad de los servicios contratados con las condiciones y características estipuladas. Sólo eximirá de esta obligación la fuerza mayor o la causa eficiente, que se dará en los supuestos en que las Agencias, a pesar de actuar con la previsión y diligencias debidas, no pueden facilitar los servicios contratados por razones que no le sean imputables.

Cuando le sea imposible prestar un servicio en las condiciones pactadas, la Agencia ofrecerá al usuario la posibilidad de optar por el reembolso total de lo abonado o su sustitución por otro de similares características en cuanto a categoría y calidad. Si el servicio resulta de inferior categoría o calidad, reembolsará la diferencia. Si la causa suficiente o fuerza mayor se producen antes del inicio del viaje impidiendo el cumplimiento de la operación, el usuario tendrá derecho al reembolso del total de lo abonado, salvo los gastos que se hubiesen pactado. Si tales causas sobrevienen después de iniciado el viaje, la Agencia proporcionará al usuario el regreso al punto de origen y le devolverá las cantidades que proporcionalmente correspondan.

## CONTRATOS DE VIAJES COMBINADOS

### ■ CONCEPTO

Es un acuerdo entre consumidor y organizador o detallista por el que éste, a cambio de un precio global, ofrece o vende al menos dos de los siguientes elementos: a) transporte, b) alojamiento u c) otros servicios no accesorios de los anteriores y que constituyan una parte significativa del viaje, siempre que dicha prestación sea superior a 24 horas o incluya una noche de estancia.

### ■ SUJETOS INTERVINIENTES

Por un lado, la Agencia de Viajes que puede intervenir como organizador (cuando de forma no ocasional organiza viajes combinados y los vende directamente o por medio de un detallista) o como detallista (que vende u ofrece en venta el viaje propuesto por el organizador), y por otro, el consumidor, que es la persona que compra el viaje o en cuyo nombre compra el contratante principal.

### ■ INFORMACIÓN

El detallista/organizador debe entregar a los consumidores un programa o folleto informativo que debe contener por escrito la oferta del viaje e información sobre destinos y medios de transporte, duración, itinerario y calendario del viaje, relación de establecimientos de alojamiento, número de comidas, información sobre visados y pasaportes y las formalidades sanitarias necesarias para el viaje y la estancia, precio, si es preciso un número mínimo de participantes, cláusulas aplicables a posibles responsabilidades, cancelaciones y demás condiciones del viaje, nombre y dirección del organizador del viaje y toda la información adicional sobre las características del viaje.

Esta información vincula al organizador/detallista, salvo que o bien los cambios se hayan comunicado por escrito al consumidor antes de la celebración del contrato y así conste en el folleto informativo o bien el consumidor acepte por escrito los cambios después de firmar el contrato.

### ■ CONTENIDO

El contrato debe formalizarse por escrito, del que se entregará por el organizador/detallista al consumidor una copia y debe contener, al menos, los siguientes datos: destino, fechas de estancia, transporte, salida y regreso, alojamiento, número mínimo preciso de personas, alojamiento, en su caso, servicios incluidos en el precio, nombre y dirección del organizador/detallista y en su caso del asegurador, precio, formas de pago, toda solicitud del consumidor que se hubiere aceptado, obligación del consumidor de comunicar por escrito u otra forma fehaciente los incumplimientos en la

ejecución del contrato, plazo para reclamar y plazo para exigir la confirmación en las reservas.

#### ■ REVISIÓN DE PRECIOS

El precio contratado no puede modificarse salvo que expresamente se contemple en el contrato y se refiera al precio del transporte (incluido el coste del carburante), tasas e impuestos relativos a determinados servicios y los tipos de cambios aplicables al viaje. Será nula la revisión al alza en los 20 días inmediatamente anteriores a la fecha de salida del viaje.

#### ■ MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

Si antes de la salida del viaje, el organizador se ve obligado por una razón objetiva a modificar de manera significativa algún elemento esencial del contrato debe comunicarlo inmediatamente al consumidor para que en el plazo de tres días opte entre aceptar las modificaciones y su repercusión en el precio o resolver el contrato sin penalización.

#### ■ CANCELACIÓN DEL VIAJE

Si la Agencia cancela el viaje, el consumidor tiene derecho al reembolso de las cantidades pagadas o a un viaje equivalente. Tanto en este supuesto como si resuelve el contrato por no aceptar la modificación del contrato, el consumidor tendrá derecho a una indemnización del 5% del precio total del viaje si tiene lugar entre 2 meses y 15 días antes de la salida, 10% entre los quince y tres días anteriores y 25% si se anuncia en las 48 horas anteriores. Se excluye esta indemnización cuando se comunique por escrito al consumidor que el número de personas sea inferior al inscrito y cuando concurren razones de fuerza mayor.

El consumidor puede en todo momento desistir de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades abonadas, pero deberá abonar a la Agencia, salvo fuerza mayor, los gastos de gestión, los de anulación, si los hubiere, y una penalización del 5% del importe total si el desistimiento se produce con más de 15 y menos de 10 días de antelación, del 15% entre los días 3 y 10 y del 25% dentro de los 48 horas anteriores. Si no se presenta a la hora prevista para la salida deberá abonar el importe total del viaje.

#### ■ CONSECUENCIAS DE LA NO PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Si después de la salida del viaje, el organizador no puede suministrar una parte importante de los servicios, adoptará las soluciones adecuadas para continuación del viaje organizado, sin suplemento de precio y en su caso abonará al consumidor la diferencia entre las prestaciones suministradas y las previstas. En el caso de que las soluciones adoptadas fueran inviables o el consumidor no las aceptase por motivos

razonables aquél deberá facilitar a éste, sin tampoco suplemento, el regreso al lugar de salida.

De mediar reclamación, el detallista o en su caso el organizador deberá obrar con diligencia para hallar las soluciones adecuadas.

#### ■ RESPONSABILIDAD

Los organizadores y detallistas de viajes combinados responderán frente al consumidor, en función de las obligaciones que les correspondan por su ámbito de gestión, del incumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato así como de los daños sufridos por el consumidor, como consecuencia de la no ejecución o ejecución deficiente del contrato.

Dicha responsabilidad cesará cuando:

- Los incumplimientos se deban al consumidor o a un tercero y tengan carácter imprevisible o insuperable.
- Los incumplimientos se deban a fuerza mayor.
- Los incumplimientos se produzcan por un acontecimiento imprevisible o insuperable.

# Ocio y consumo

Lucía Berlanga Quintero  
Asesora Jurídica

Vivimos en la cultura del **OCIO**, y también en la cultura del **CONSUMO**. Ocio y consumo se juntan para crear una forma de vida caracterizada por la fusión de estos dos conceptos.

EL OCIO ES UN ELEMENTO DEL CONSUMO.

## CONSUMO DE OCIO SEGÚN ESTAMENTOS SOCIALES

El consumo y el ocio según los estamentos sociales tienen una serie de diferencias sustanciales, sobre todo en lo que se refiere al gasto asumido, que como es obvio es superior en las clases sociales más favorecidas.

Aún así podemos decir que con la sociedad de consumo se ha "democratizado" este conjunto de prácticas, en el sentido de que no existe tanta diferencia entre las clases sociales si tenemos una perspectiva histórica. Hoy casi todos los ciudadanos de los países desarrollados pueden irse de vacaciones, comprar libros, acudir a espectáculos, etc. Antes esto no ocurría de la misma manera y había grandes diferencias sociales en cuanto al ocio, que hoy se ven más mitigadas.

Las **clases más favorecidas** suelen viajar más, sus gustos en cuanto a salir por la noche o ir de compras son más caros, en muchas ocasiones compaginan los llamados viajes o reuniones de placer con los propios negocios (el coste va a cargo de la propia empresa), el consumo de productos de alta tecnología o de automóviles es mayor, así como el consumo de los produc-



tos llamados de lujo (perfumes, joyas, pieles, etc.). También se observa una mayor afluencia a espectáculos y fiestas, en las que el consumo es muy importante.

Las clases medias y medias-bajas son el grupo más numeroso de la sociedad y tienen un comportamiento consumista heterogéneo, sobre todo en lo referente a gustos. Estos gustos se agrupan más por edades o formas de pensar que por otras características. La posibilidad de viajar o de gastar en determinados productos o actividades son muy inferiores a la de las clases altas. Sin embargo, existen usos y costumbres similares, aunque con un nivel de gasto evidentemente menor en cantidad, aunque en porcentaje de ingresos pueda ser superior (obviamente no supone lo mismo para una persona adinerada la entrada a un teatro, que para otra persona que no tiene el mismo nivel de recursos. Pero porcentualmente al nivel de ingresos puede ser superior el gasto de esa persona de renta más baja en acontecimientos culturales).

Las clases más desfavorecidas suponen un nutrido grupo de personas con niveles muy bajos de renta. Entre ellos podemos encontrar los jubilados con una pensión muy baja, los parados de larga duración, los emigrantes o los marginados, a los que hay que sumar personas con enfermedades de larga duración, familias monoparentales, etc. En estos casos el ocio puede suponer una válvula de escape de los problemas acuciantes que les rodean. Ahora bien, el nivel de ingresos tan bajo es un impedimento para que accedan a lo que tradicionalmente les ofrece la sociedad consumista. Estaríamos en lo que llamamos ocio alternativo.

## CONSUMO DE OCIO POR ACTIVIDADES

- CULTURA
- DEPORTE
- JUEGOS
- MANUALIDADES
- JUEGOS INFORMÁTICOS
- TECNOLOGÍA Y ELECTRÓNICA
- REVISTAS Y PERIÓDICOS
- CAZA Y PESCA
- ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE
- MÚSICA
- SALIR POR AHÍ
- IR DE COMPRAS
- VIAJAR

## OCIO ALTERNATIVO

El ocio alternativo comprende una serie de actividades que se alejan de lo que tradicionalmente entendemos por ocio y tiempo libre en una sociedad de consumo.

El ocio consumista es la tónica de la mayoría de las personas; frente a ella se levanta una serie de actividades que intentan despegarse del gasto tradicional. En ocasiones esa forma de ocupar el tiempo libre puede llegar a cumplir una función social o ayudar a determinados colectivos desfavorecidos.

Entre las actividades de ocupación del ocio de forma alternativa podemos encontrar:

- CLUBS DE TIEMPO LIBRE
- ASOCIACIONES
- ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (O.N.G.)

## PERSONAS SIN DINERO Y OCIO

El tiempo libre de las personas desfavorecidas puede ser mucho o poco; pero no está tan claro que esas actividades de ocio estén vinculadas a un ocio de calidad o a un ocio en el que puedan realizarse actividades que les favorezcan en la consecución de un equilibrio personal o social.

La mayoría de estas personas utilizan la mayor parte de este ocio en la televisión o en la radio. Además sus posibilidades de acceder a otro tipo de ocio de mayor calidad se ven disminuidas por el bajo nivel adquisitivo. Se identifican con otros modelos de consecución de objetivos sociales a través de aspectos tales como la consecución de éxitos deportivos o el seguimiento de personajes populares de las revistas del corazón.

## OCIO URBANO Y OCIO EN EL MEDIO RURAL

En realidad hoy en día el ocio en el medio rural y en el urbano difieren, pero no de una forma tan acusada como en otras épocas históricas. La sociedad tecnológica o la llamada aldea global han contribuido a este acercamiento, elementos de ocio como la radio, la televisión, los productos tecnológicos, el automóvil, la informática, etc.

Aún así existen todavía una serie de bienes de consumo que son difícilmente alcanzables por los habitantes del medio rural, tales como cine, teatro, acontecimientos deportivos, compras en grandes almacenes, etc. De todas las formas gracias a la mejora de las comunicaciones, podemos decir que muchas personas suelen pasar sus fines de semana en las ciudades, igual que los urbanitas las pasan en el campo. Además, otro de los bienes de consumo comúnmente asociado con el medio urbano, tales como son las vacaciones, se dan también hoy por los habitantes del medio rural.



## OCIO Y TURISMO

El turismo se ha manifestado como una de las formas más significativas de ocupar el tiempo libre, además esta forma de uso del tiempo libre se manifiesta a través de un período de tiempo concentrado en una o varias épocas del año, donde el consumo se dispara de una forma geométrica.

El turismo es una gran fuente de ingresos para el sector hostelero y para el resto del país, de hecho el 10% de los ingresos de España están vinculados a esta fuente de riqueza. Sabedores de esta fuente de bienestar es el propio Estado el que interviene a través de la red de Paradores de Turismo y a través de los famosos viajes del IN-SERSO, que además de ser un acto de solidaridad con la tercera edad, son una forma de mantener la actividad turística en temporada baja.

## PATOLOGÍAS DEL OCIO Y TIEMPO LIBRE

En concreto el bajo nivel adquisitivo de muchas personas, así como la unión de su situación personal a patologías de carácter social como son el desempleo, la marginación, una ancianidad insatisfactoria, la depresión, la soledad, la ansiedad, el alcoholismo, etc., hacen que el tiempo libre en ocasiones se vincule a una serie de actividades de carácter negativo para ellos mismos.

## LA GESTIÓN DEL OCIO POR LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

De esta forma son muchas las formas de intervenir en el ocio de los ciudadanos. Generalmente podemos encontrar dos grandes grupos:

1. La gestión directa por la Administración: a través de la organización de club sociales, viajes organizados, monitores de tiempo libre, proyectos de apoyo para colectivos desfavorecidos, etc.
2. La gestión indirecta: en este caso lo que hace la Administración es satisfacer las aspiraciones ciudadanas con diferentes subvenciones que apoyan a colectivos o asociaciones que participan en esta gestión; tales como entidades benéficas, peñas, asociaciones deportivas, etc.

## PUBLICIDAD, OCIO Y CONSUMO

Hemos comentado anteriormente que el tiempo libre es el período de mayor consumo por excelencia, y que además el ocio es un indicador de bienestar social e incluso de prestigio social (parece que nos quieren dar a entender que los ricos son quienes más tiempo tienen para divertirse y pasárselo bien). A esto no son ajenos los publicistas, de forma que quieren dar a sus campañas un carácter de ocio y tiempo libre, para que así el producto que ofertan sea mejor aceptado.

De hecho gran parte de los anuncios publicitarios se ubican en una playa, bar, centro de recreo, etc.

# Presupuestos familiares



Juan Antonio Pardillos García  
Abogado

LA FAMILIA ES LA UNIDAD BÁSICA DE CONSUMO. Por tanto, cuando tratemos cualquier tema de consumo, tenemos que tener en cuenta que los ingresos y los gastos se conjugan en una unidad que es la familia, es por eso por lo que normalmente hablamos de presupuestos familiares.

## PRESUPUESTO DE CONSUMO SEGÚN FECHAS

Las fechas de mayor consumo son las vacaciones:

- Verano.
- Navidad.
- Semana Santa.

A estas fechas hay que sumarles la costumbre tan española de los puentes (la concentración de los festivos y de los días laborales favorece la producción en el sentido de que evita que se ponga en marcha una serie de máquinas u hornos un día, para luego tener que pararlos al día siguiente) hoy en día se negocian incluso en los convenios.

Los fines de semana son los días de hábitos de consumo y ocio más importantes de toda la semana. En estos días se gasta más dinero en alimentación, en vestido, en cultura, en deporte, en salir de copas, en espectáculos públicos, etc.



## CONSUMO SEGÚN SEXOS

Se ha hablado mucho de que según los sexos las orientaciones respecto a los gustos por el consumo y por el ocio son distintas. Esto es cierto, los sexos muestran diferencias de gasto y de orientación a la hora de dedicar su tiempo y sus energías.

Fuera de anécdotas y centrándonos en el tema tenemos que decir que existen unas tendencias de consumo y ocio que podemos resumir en:

### ■ HOMBRES

Gastan más dinero en consumo de:

- **Tecnología** (cadenas musicales, televisores, ordenadores): Es curioso que la gran mayoría de los juegos de ordenador estén destinados y los compren hombres.
- **Motor** (automóviles, motocicletas, revistas especializadas en la materia, etc.): Hoy en día también hay una serie de automóviles que se adaptan a lo que los estudiosos del marketing conciben como gustos de la mujer; de hecho hay una publicidad encaminada a lo que son estos automóviles.
- **Deportes** (espectáculos públicos, revistas especializadas, material deportivo, etc): Hoy en día el deporte no es solamente una imagen de una clase social o de una determinada edad.
- **Copas**: El consumo de alcohol en los varones es muy superior al de las mujeres. La cultura social hace que se utilice parte del tiempo libre en acudir a bares y similares.
- **Caza**: Hoy en día la caza es una afición casi exclusivamente masculina, son pocas las mujeres que la practican.

### ■ MUJERES

Gastan más dinero y tiempo libre en consumo de:

- **Vestuario y moda**: El vestirse es una necesidad que puede convertirse en un placer e incluso en una forma de ocupar el tiempo libre. Es célebre la frase de "irse de compras", para denominar a una actividad que ya puede considerarse como lúdica.
- **Revistas, libros y cultura**: La mujer tiende a ocupar más parte de su tiempo libre en la lectura. Además suele preferir con respecto al hombre determinadas actividades en lo que se refiere a espectáculos teatrales, recitales de poesía, etc.
- **Cuidado personal**: La mujer utiliza más tiempo libre y más gasto en lo que se refiere a su cuidado personal, tanto por cuestiones de salud como de estética, ello derivado de la presión social que hay hacia la mujer en este tema. Este gasto es

moderado, pero en ocasiones puede llegar a suponer una importante cantidad de dinero.

- **Manualidades:** La mujer utiliza una parte de su tiempo en la realización de manualidades. Es bien sabido que existen toda una serie de tiendas dedicadas a la venta de este tipo de productos, así como asociaciones de tiempo libre, de amas de casa, etc.
- **Televisión y la radio:** La televisión no supone en sí misma un gasto, pero sí que es un escaparate al consumo. La mujer, generalmente el ama de casa, utiliza con mayor asiduidad la televisión y la radio, en concreto se puede medir en un 20% más de horas de televisión como media respecto al hombre.

## CONSUMO SEGÚN EDADES

Destaca el hecho de que los jóvenes son la cuarta parte de la población. Ello no sólo es importante por el número de potenciales consumidores, sino también porque implica otro punto de vista ante el consumo, otras pautas de conducta con respecto al resto de la población.

El Instituto Nacional del Consumo ha elaborado un estudio sobre este tema.

Los objetivos prioritarios del INC han sido los siguientes:

1. Estudiar las razones a que obedece el consumo juvenil.
2. Prever los cambios en la orientación del consumo juvenil.
3. Diseñar las actuaciones posibles desde la Administración para ayudar a los jóvenes a saber consumir.

### **Cosas a tener en cuenta:**

- No hay un tipo único de joven consumidor. Depende, como en el caso de los adultos, del nivel económico, del social, del nivel cultural, etc.
- Hay que añadir que entre los 15 y los 30 años se evoluciona mucho en las formas de vida.
- Otro hecho a tener en cuenta es el protagonismo que ha adquirido el concepto de integración en el grupo de amigos como principal componente de la autoestima. El 25% declara que lo que más les gusta es salir con los amigos.
- En consecuencia, el consumo juvenil está determinado por el control que ejerce el grupo y, a su vez, por la publicidad. Ésta crea señas de identidad con la que los jóvenes refuerzan su pertenencia al grupo y las diferencias con los adultos. El valor que proporciona determinada marca es el derecho de admisión. Además, estas señas de identidad incluyen determinados comportamientos, como las actividades de fin de semana; gustos, como preferencia por un determinado tipo de música; valores, el atribuido a la amistad; y bienes, marcas.

- Si estos no se ven cubiertos, producen insatisfacción a los jóvenes.
- Pero también se ha podido comprobar que la iniciación al consumo suele generar insatisfacción. Las causas son el esfuerzo económico que supone adquirir determinados bienes, las expectativas exageradas de autosatisfacción y la sensación de engaño ante la publicidad.
- Es revelador el dato de que el 60% de las chicas y el 40% de los chicos declaren que su principal gasto es el vestido y el calzado. Los siguientes son las aficiones y entretenimiento y salir con amigos.

**También se deduce lo siguiente:**

- Los chicos son más consumistas que las chicas. Ellas asocian el consumo a satisfacer necesidades y ellos a disfrutar de abundancia de cosas.
- Los chicos prefieren desarrollar actividades deportivas; las chicas las de carácter cultural y las que den formación o faciliten encontrar un empleo.
- Los chicos prefieren bienes que les haga parecerse al grupo (coches, motos, ropa de marca); las chicas prefieren diferenciarse de los otros (ropa).
- Los chicos buscan la movilidad (bicicletas, coches, motos); las chicas, la permanencia (casa propia, muebles, habitación propia).

■ **OCIO Y MEDIANA EDAD**

El ocio de las personas de mediana edad está más dirigido al ambiente familiar. Sobre todo en los casos en que se tienen hijos pequeños. En estos supuestos vemos que las reuniones y las visitas a familiares, pueden ocupar buena parte del fin de semana. A esto hay que añadirle alguna pequeña salida al cine o a algún espectáculo o a cenar. También es muy común que en estas edades se traslade la familia el fin de semana a casa de algún familiar, fuera de la ciudad o de la región de origen, o a la segunda residencia.

También hay otro tipo de ocio a esta edad, que es aquel que no se comparte con la pareja. En ese caso tenemos dos opciones: la primera la del ocio solitario que se da con la televisión, el automóvil, las lecturas, ir de compras, etc. La segunda es aquel tiempo libre que se estructura a través de asociaciones o de actividades en grupo que son diferentes de la propia pareja, en estos casos estamos ante la existencia de grupos de amigos, peñas, tertulias, asociaciones, o de reuniones para ir al fútbol, salir, etc.

■ **CONSUMO EN LA TERCERA EDAD**

El consumo de las personas mayores es muy diferente del resto de la población. Ello por dos motivos fundamentales: por un lado, las limitaciones físicas, y por otro, los bajos ingresos de este sector de la población.

Respecto a las limitaciones físicas, podemos decir que es obvio que gran parte de las personas de edad avanzada no pueden desplazarse de viaje, o tienen enfermedades graves que limitan ampliamente su calidad de vida. Además, se suele precisar de medicación o del seguimiento de dietas especializadas.

# Servicios sociales y consumo

Ana Hernando Rica

Departamento de Psicología y Sociología. Universidad de Zaragoza

## A) SERVICIOS SOCIALES:

### a.1) Concepto y Tipos de Servicios Sociales

- Antecedentes:  
Caridad, beneficencia pública, asistencia social, seguros y seguridad social.
- Constitución 1978:
  - Definición del Estado Social, Democrático y de Derecho
  - Distribución Competencial
  - Comunidades Autónomas: Diseño de un sistema propio de Servicios Sociales



(dos niveles)

**Generalista**  
(Atención Primaria)  
Prestaciones básicas

**Especializado**  
(Atención Secundaria)  
Tercera Edad  
Drogodependencias  
Mujer  
Infancia  
Minorías étnicas...

## B) SERVICIOS SOCIALES EN ARAGON:

### b.1) Antecedentes históricos

- Aprobación Estatuto de Autonomía (1982)
- Ley 4/1987 de Ordenación de la Acción Social
- Decreto 111/1992 sobre Condiciones Mínimas de Servicios y Establecimientos Sociales Especializados

b.2) Diputación General de Aragón

- Consejería de Salud, Consumo y Servicios Sociales
- Instituto Aragonés de Servicios Sociales (1996)

**Prestaciones**

**Subvenciones**

**Planes Integrales**

**Proyectos Inserción**

**Convenios**

b.3) Administración Local:

**Estructura:**

Diputación Provincial  
Comarcas  
Municipios

**Servicios:**

Comunitarios  
Especializados

b.4) Ámbito privado: Cajas de Ahorros, Cáritas, Cruz Roja,...

C) MANIFESTACIÓN PÚBLICA DE AGRAVIOS: LA QUEJA

c.1) El Defensor del Pueblo

- Informe año 2000
- Estadísticas quejas:
- por Comunidades Autónomas
  - por Sectores

c.2) El Justicia de Aragón

- Informes
- Sectores

c.3) Otros:

- Oficinas Municipales de información al Consumidor
- Organizaciones, Asociaciones
- Servicios Sociales
- Otros

D) LA CALIDAD EN LA ACCIÓN SOCIAL

d.1) Concepto y Dimensiones:

Calidad: conjunto de integración de valores.

Dimensiones:

Accesibilidad	Confort y buen trato
Efectividad	Fiabilidad
Eficiencia	Información
Competencia	



d.2) Valores y principios éticos a ser promovidos por la organización social:

- Solidaridad
- Universalidad y pluralismo
- Atención integral
- Difusión y promoción de derechos
- Transparencia
- Otros

d.3) Índices e indicadores de medida

Cuantitativos  
Cualitativos

d.4) Calidad en la Administración Pública  
(Estrategia política)

E) TRABAJO SOCIAL, CALIDAD Y CONSUMO

e.1) Definición

- Concepto
- Formación
- Intervención

e.2) Incorporación a Servicios Sociales

e.3) Interdisciplinariedad

e.4) El Trabajador Social y el Consumo

Funciones

- Información
- Orientación
- Promoción
- Formación
- Educación
- Evaluación

## SERVICIOS SOCIALES Y CONSUMO

A) SERVICIOS SOCIALES

- Concepto y Tipos

B) SERVICIOS SOCIALES EN ARAGÓN

- Antecedentes
- Diputación General de Aragón
- Administración Local
- Ámbito Privado

C) MANIFESTACIÓN PÚBLICA DE AGRAVIOS: LA QUEJA

- Defensor del Pueblo y Justicia de Aragón, otros

D) LA CALIDAD EN LA ACCIÓN SOCIAL

- Concepto, dimensiones y valores

- Instrumentos de medida
  - Calidad en la Administración Pública
- E) TRABAJO SOCIAL, CALIDAD Y CONSUMO
- Definición
  - Incorporación a Servicios Sociales
  - Interdisciplinariedad.
  - El trabajador Social y el Consumo

# Condiciones generales de la contratación



Ignacio Moralejo Menéndez

Departamento de Derecho de la Empresa. Universidad de Zaragoza

Las condiciones generales de la contratación nacen como consecuencia de la necesidad de atender con una mayor racionalidad jurídica las necesidades del tráfico en masa. El empresario que tiene que distribuir un número importante de productos o servicios homogéneos necesita homogeneizar también los contratos a través de los cuales lleva a cabo esa distribución o suministro. De esa forma sirve sus intereses, pero también introduce una mayor eficacia y rapidez en el tráfico jurídico. Ese efecto debe ser considerado como útil y positivo. Pero las condiciones generales pueden constituir al mismo tiempo el origen de abusos y desequilibrios en la contratación frente a los que han ido reaccionando primero la doctrina tanto de los autores y de los tribunales y, posteriormente, la legislación de los distintos países afectados por este nuevo fenómeno. Esta situación se pone de manifiesto con mayor intensidad en aquellos supuestos de contratación en que intervienen consumidores o usuarios.

En efecto, en la mayor parte de los contratos mercantiles la igualdad entre las partes es puramente teórica, debido a que una de ellas ocupa una posición económica tan fuerte y privilegiada que le permite imponer su voluntad a su clientela. Además las exigencias del tráfico mercantil no permiten una discusión minuciosa de los contratos para su adaptación a los intereses concretos y específicos que pueden tener cada uno de los contratantes; esas exigencias llevan, por el contrario, a la estipulación de "contratos tipo" de contenido rígido y predeterminado que se repite uniformemente en una serie indefinida de contratos iguales en los que la voluntad de la parte que contrata con el empresario apenas desempeña un papel visible. El tráfico bancario, el de seguros, el transporte, el suministro de gas, agua, electricidad, etc., se hacen sobre la base de contratos *uniformes* cuyo contenido se establece de ante-

mano en unas condiciones generales que rara vez sufren modificaciones por exigencias particulares de los clientes, prácticamente obligados a contratar en condiciones unilateralmente impuestas por el empresario. Se perfilan así, como características de las condiciones generales, su *predisposición* y su *imposición* por una de las partes no pudiendo la otra parte influir en su contenido. De aquí que, si bien es cierto que esta forma de contratar puede ofrecer las ventajas económicas de la rapidez en la contratación y sobre todo la racionalización de la actividad económica, tal y como ya se ha puesto de relieve, no es menos cierto que ni siempre son estas las finalidades que se buscan a través de la utilización de condiciones generales, ni tampoco la necesidad del recurso a las mismas puede servir de justificación de la lesión que su utilización puede producir en los intereses económicos de la contraparte en el contrato.

La Ley de Condiciones Generales de la Contratación de 13 de abril de 1998 (LCGC) (BOE nº 89 de 14 de abril de 1998) ha definido las condiciones generales de la contratación como "*las cláusulas contractuales predispuestas cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes, con independencia de la autoría material de las mismas, de su apariencia externa, de su extensión y de cualesquiera otras circunstancias, habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos*". La LCGC se ha ocupado de determinar cuál ha de ser el régimen jurídico a que ha de sujetarse el recurso a las condiciones generales en la contratación, introduciéndose unos controles, formales y materiales, referidos a las mismas.

Respecto del control formal, la LCGC hace depender la incorporación de las condiciones generales al contenido jurídico obligacional del contrato a que el adherente hubiera sido informado expresamente de la existencia de las mismas y a que, además, hubiera tenido la posibilidad real de conocer su contenido y alcance. El control material de las condiciones generales se articula en la previsión de la nulidad de aquéllas que resulten contrarias, en perjuicio del adherente, a lo establecido en la LCGC o que contravinieren cualquier norma imperativa o prohibitiva, salvo que en ellas se establezca un efecto distinto para el caso de la contravención. Del mismo modo, se reputarán nulas las condiciones generales que sean abusivas, cuando el contrato se haya celebrado con un consumidor.

La LCGC consagra dos tipos de acciones para la realización efectiva de los controles previstos en la misma. En atención a la legitimación activa para el ejercicio de tales acciones la LCGC distingue entre acciones individuales y acciones colectivas. Las acciones individuales, ejercitables por el adherente, serían la acción de no incorporación –mediante la que se hace efectivo el control formal de las condiciones generales legalmente previsto– y la acción de nulidad –referida al control material de las condiciones–. En relación con los resultados del ejercicio de estas acciones individuales, ha de ponerse de relieve cómo tanto para el caso en que se declare la no incorporación de alguna condición general como su nulidad, tal declaración no implica, necesaria-

mente, la determinación de la nulidad del contrato siempre que el mismo pueda subsistir sin tales cláusulas. Sobre estos extremos habrá de pronunciarse la sentencia que declare la nulidad total o parcial del contrato. En caso de nulidad parcial, la parte del contrato afectada por la no incorporación o por la nulidad de las condiciones generales se integrará con arreglo a lo dispuesto en el artículo 1258 del Código Civil y las disposiciones relativas a la interpretación de los contratos también recogidas en el referido cuerpo legal.

Sin perjuicio de la facultad que asiste a cualquier contratante de ejercitar contra el predisponente una acción individual instando la declaración de no incorporación o de nulidad de determinadas condiciones generales que aparezcan en el contrato, la LCGC también ha previsto la posibilidad de que determinadas entidades –involucradas en la defensa de los intereses generales de profesionales y consumidores– puedan ejercitar acciones tendentes a impedir la utilización de condiciones generales contrarias a la Ley. Estas acciones colectivas son tres: la acción de cesación, de retractación y declarativa.

Mediante el ejercicio de la acción de cesación se pretende obtener una decisión del órgano jurisdiccional en la que se condene al demandado a eliminar de sus condiciones generales las que se reputen nulas y a abstenerse de seguirlas utilizando en lo sucesivo. La LCGC establece, expresamente, la posibilidad de que se acumulen accesoriamente, en el ejercicio de esta acción, las acciones que pretendan la efectiva devolución de las cantidades que se hubieran cobrado en virtud de las condiciones afectadas por la sentencia y, eventualmente, las que pretendan la indemnización de los daños y perjuicios que hubieran resultado de la aplicación de tales condiciones.

La acción de retractación tiene por objeto la declaración, de parte del órgano jurisdiccional, de la nulidad de las condiciones generales cuyo uso se hubiera recomendado, imponiendo la obligación de retractarse de la recomendación que se hubiere efectuado de utilizar las condiciones generales que se consideren nulas y de abstenerse de seguir recomendando su incorporación a los contratos en el futuro. El ejercicio de esta acción puede tener trascendencia práctica con relación a las cláusulas y condiciones uniformes recomendadas por colegios profesionales o grupos de sociedades.

La acción declarativa pretende la obtención de una sentencia mediante la que se califique como condición general una cláusula de la contratación y se ordene su inscripción en el Registro de Condiciones Generales de la Contratación, cuando la inscripción registral de la cláusula resulte obligatoria a tenor de lo previsto en la LCGC.

Enlazando con lo que acabamos de apuntar, la LCGC ha creado un Registro de Condiciones Generales de la Contratación a cargo de los Registradores Mercantiles y de la Propiedad. Su organización se regula por el Reglamento aprobado por el RD

1828/1999 de 3 de diciembre (BOE nº 306 de 23 de diciembre de 1999). Mediante la constitución de este Registro administrativo se pretende dar publicidad a las condiciones generales y a las resoluciones judiciales que, en los términos previstos en la LCGC, puedan afectar a su eficacia. La inscripción de las condiciones generales en este Registro es, con carácter general, voluntaria, si bien la propia LCGC, prevé la inscripción obligatoria de las condiciones generales utilizadas en determinados sectores específicos de la contratación cuando el Gobierno, a propuesta conjunta del Ministerio de Justicia y del Departamento Ministerial correspondiente, así lo acuerde. Asimismo serán objeto de inscripción las sentencias firmes condenatorias resultantes del ejercicio de las acciones individuales y colectivas previstas en la LCGC. El Registro de Condiciones Generales de la Contratación constituye una sección del Registro de Bienes Muebles y su estructura se integra por un Registro Central y los Registros Provinciales, todos ellos a cargo de Registradores de la Propiedad y Mercantiles. El funcionamiento del Registro se articula bajo el principio de libertad de forma en lo referente al depósito del documento o ejemplar en el que se hagan constar las condiciones generales y se llevará por el sistema del folio personal. Las condiciones generales se inscribirán, clasificarán y consultarán por razón de la persona del predisponente, aunque también podrán ser consultados por razón de la materia y sectores específicos de actividad.

La LCGC ha ido más allá de la estricta regulación de las condiciones generales de la contratación y ha incorporado la Directiva 93/13/CEE, del Consejo de 5 de abril de 1993, sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores. Se optó pues por llevar a cabo la incorporación de la referida Directiva mediante una Ley de Condiciones Generales que, al tiempo, modificó, a través de su Disposición Adicional Primera, el marco jurídico preexistente de protección al consumidor en esta materia constituido por la Ley 26/1984 de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (BOE nº 176 de 24 de julio) (LGDCU). La modificación, que afectó a diferentes preceptos de la precitada norma, supuso esencialmente la nueva redacción de su artículo 10, la introducción de un nuevo artículo 10 *bis* y de dos disposiciones adicionales, la primera de las cuales contiene un listado minucioso, si bien meramente enunciativo, de cláusulas que tendrán la consideración de abusivas. Recientemente la Ley 39/2002 de 28 de octubre, de transposición al Ordenamiento Jurídico español de diversas Directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios (BOE nº 259 de 29 de octubre de 2002), ha incorporado dos nuevos artículos, artículos 10 *ter* y 10 *quater*, a la LGDCU introduciendo expresamente las acciones colectivas de cesación y retractación contra la utilización o recomendación de utilización de cláusulas abusivas que lesionen los intereses colectivos y difusos de los consumidores y usuarios.

La protección dispensada a los consumidores en materia de cláusulas abusivas se articula, también, a través de un control de incorporación de las cláusulas al contrato, y de un control de contenido. Se establece una cláusula general de protección contra las cláusulas abusivas al considerarse como tales *"todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato"*, señalándose a continuación cómo *"el carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato y considerando todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa"* (art. 10 bis LGDCU).

La LGDCU contiene, en su disposición adicional primera, una enumeración de condiciones contractuales que han de reputarse abusivas. Los supuestos que se recogen en este listado han de considerarse en todo caso como cláusulas abusivas, si bien hemos de recordar que tal enunciación constituye una lista abierta teniendo, por tanto, un carácter puramente ejemplar.

Las cláusulas abusivas son nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas.

# Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles: contratos a distancia-contratos electrónicos. Particularidades



Belén Risueño Villanueva

Departamento de Derecho de la Empresa. Universidad de Zaragoza

## INTRODUCCIÓN

### LOS CONTRATOS A DISTANCIA

#### CONCEPTO

#### REGULACIÓN

#### ELEMENTOS DEL CONTRATO:

- Consentimiento expreso
- Oferta de contestación comercial inequívoca
- Derecho a la información previa del consumidor sobre:
  - IDENTIDAD DEL PROVEEDOR O VENDEDOR
  - CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DEL PRODUCTO
  - PRECIO
  - FORMA DE PAGO Y MODALIDADES DE ENTREGA O EJECUCIÓN
  - PLAZO DE VALIDEZ DE LA OFERTA
  - QUE LA UTILIZACIÓN DE UNA TÉCNICA DE COMUNICACIÓN DISTANCIA PARA LA TRANSMISIÓN DEL PEDIDO TIENE CARÁCTER ONEROSO
- DERECHO DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO (Salvo excepciones)
- Respeto al derecho a la intimidad y protección de los menores



## CONTRATOS ELECTRÓNICOS-PARTICULARIDADES

### CONCEPTO

### ASPECTOS LEGALES (Fuentes)

### PROBLEMAS PRÁCTICOS:

- La garantía de los derechos del consumidor
- La seguridad de las transacciones electrónicas

## LOS CONTRATOS CELEBRADOS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES: CONTRATOS A DISTANCIA-CONTRATOS ELECTRÓNICOS. PARTICULARIDADES

### ■ INTRODUCCIÓN

El comercio mundial está cambiando su organización y forma de actuación. Los ciudadanos nos enfrentamos actualmente y de forma progresiva a nuevas formas de adquirir bienes y servicios, ello nos permite el acceso casi sin barreras geográficas a más servicios y productos, de mejor calidad y menor coste.

El conocimiento de los derechos del ciudadano en el nuevo escenario comercial que se presenta y la forma de poder ejercerlos son los objetivos principales del tema propuesto.

### ■ CONTRATOS A DISTANCIA

El comercio no presencial es un comercio a distancia, tiene esta calificación cualquier tipo de comercio donde la compra se efectúa utilizando medios de comunicación a distancia, entre las más difundidas podemos señalar:

Las ventas por teléfono.

Las ventas por catálogo enviado al domicilio de los consumidores.

Las ventas realizadas por medio de la televisión o telecompra.

Las ventas electrónicas.

Los riesgos que implican estos tipos de compras van unidos al hecho de que el consumidor no ha podido examinar el producto y no posee de inmediato el bien adquirido.

### ■ RÉGIMEN JURÍDICO

Los principales medios de protección al consumidor en esta materia, respecto del régimen general de contratación, pueden resumirse en las siguientes particularidades:

Imposición de más intensos deberes de información al empresario.

Reconocimiento de un derecho de desistimiento libre del contrato. (Sin que el consumidor tenga que alegar motivo alguno para ejercitarlo, sin más costes que los directos de devolución y, en su caso, la indemnización de los desperfectos de la compra).

Establecimiento de un plazo máximo de ejecución.

Prohibición de envíos no solicitados por el consumidor.

Previsiones respecto del pago efectuado mediante tarjeta.

No son ventas a distancia:

La venta mediante máquinas automáticas, la de productos realizados a medida, los contratos de suministros de productos alimenticios, bebidas o artículos para el hogar no duraderos y de consumo corriente.

#### ■ ELEMENTOS DEL CONTRATO

- Consentimiento expreso.
- La oferta de contratación comercial debe ser inequívoca, debe haber sido solicitado por el consumidor de un modo claro.
- Derecho de información previa del consumidor. Por escrito y en la lengua utilizada en la propuesta de contratación, conteniendo:
  - IDENTIDAD DEL PROVEEDOR O VENDEDOR y su domicilio social.
  - CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DEL PRODUCTO.
  - PRECIO-FORMA DE PAGO Y MODALIDADES DE ENTREGA O EJECUCIÓN.
  - PLAZO DE EJECUCIÓN DE LA OFERTA.
  - DERECHO DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO por el comprador de forma unilateral (salvo en los supuestos exceptuados).
  - INFORMAR AL CONSUMIDOR QUE LA UTILIZACIÓN DE UNA TÉCNICA DE COMUNICACIÓN A DISTANCIA PARA LA TRANSMISIÓN DEL PEDIDO TIENE CARÁCTER ONEROSO.

En el contrato debe incorporar el vendedor "un documento de revocación" para ejercitar el derecho de desistimiento y devolver el producto, en el que figurará el nombre, dirección de la persona a quien debe enviarse, datos de identificación del contrato y de los contratantes.

**ESTOS DERECHOS SON IRRENUNCIABLES PARA EL CONSUMIDOR Y CUALQUIER CLÁUSULA QUE LOS LIMITE SE CONSIDERARÁ NULA.**

- Respeto al derecho a la intimidad y protección de los menores.

## PARTICULARIDADES DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS – EL COMERCIO ELECTRÓNICO

La contratación electrónica se inscribe dentro de los contratos a distancia, por tanto, las normas especiales y tuitivas del consumidor anteriormente expuestas son igualmente de aplicación, pero a las prevenciones generales sobre contratación de objetos o prestación de servicios a distancia hay que añadir aquí las relativas a la seguridad, a la necesidad de solucionar los problemas de "autenticación", integridad, no rechazo (o no repudio) y confidencialidad.

Las diferencias entre el contrato tradicional y el electrónico están en:

- La formación del mismo.
- La forma de prestar el consentimiento.
- La perfección del negocio.
- La prueba tanto judicial como extrajudicial.

### ■ CONCEPTO

Es una modalidad de compra no presencial o a distancia consistente en la adquisición de bienes o servicios a través de "La vía electrónica", es decir, sin la presencia física simultánea de las partes en el mismo lugar, prestando éstas su consentimiento en origen y en destino por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, conectados por medio de cable, radio o medios ópticos o electromagnéticos.

Para el consumidor el mercado electrónico ofrece como **ventajas**:

- La reducción del precio de determinados bienes y servicios.
- El acceso a bienes y servicios con independencia de la situación geográfica.
- La mejor información a la hora de realizar sus decisiones de compra.
- La posibilidad de personalizar los bienes y servicios.
- La mejor atención a los servicios posventa, entre otras.

Como **inconvenientes** se señalan:

- La falta de un marco jurídico que garantice los derechos de los consumidores a escala global donde actúa la red.
- La falta de seguridad de las transacciones económicas y electrónicas de los consumidores.
- La necesidad de un mayor acceso a las tecnologías de la información y de una facilidad mayor en el uso de los equipos informáticos y programas para realizar el comercio electrónico.

## ■ ASPECTOS LEGALES

La existencia de un marco legal que garantice de forma efectiva los derechos de los consumidores se enfrenta al carácter "global" que tienen las transacciones electrónicas, por ello las regulaciones nacionales son poco efectivas para garantizar sus derechos, de ahí que algunos organismos supranacionales como la UE o la Organización Mundial del Comercio hayan tratado de establecer un marco específico a aplicar en las relaciones telemáticas dotando de seguridad a las mismas.

Estos contratos están regulados por:

- **La Directiva 2000/31 CE de 8 de junio del Parlamento Europeo y del Consejo**, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico.
- El Código Civil y el C. de Comercio.
- La Ley de Ordenación del Comercio Minorista (7/1996, de 15 de enero)
- Ley de Condiciones Generales de Contratación (7/1998, de 13 de abril)
- Ley de Crédito al Consumo (7/1995, de 23 de marzo)
- Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios).
- **La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico 34/2002, de 11 de julio.**

Cuyo fin es promover la utilización de internet y de otros servicios interactivos e incorporar a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva 2000/31/CE, facilitando el desarrollo del comercio electrónico sin merma de las garantías de los usuarios.

La Ley se atiene al principio de proporcionalidad, de manera que la realización de actividades por internet no resulte más complicada que por medios físicos.

Son aspectos a destacar de la misma, entre otros:

### **Ámbito de aplicación**

La ley se aplica a todas las actividades que se realicen por medios electrónicos y redes interactivas y que tengan carácter comercial o persigan un fin económico, tanto las realizadas a través del ordenador como las que se realizan por medio de telefonía móvil, televisión digital terrenal, etc.

### **Libre prestación de servicios**

Los servicios de la Sociedad de la información se prestarán sin necesidad de autorización previa.

### **Protección frente al "Spam"**

Se refuerza la protección de los usuarios frente al envío de la publicidad no solicitada por correo electrónico, exigiéndose, en todo caso, el consentimiento

previo del destinatario para su recepción, cerrando con ello la puerta a la práctica abusiva del Spam.

Esta regulación se extiende a los mensajes publicitarios que se envíen por medios equivalentes (ej. SMS mensajes cortos remitidos a usuarios de telefonía móvil).

La ley obliga a etiquetar los mensajes promocionales con la palabra PUBLICIDAD, a fin de que sean fácilmente identificables, pudiendo los usuarios revocar el consentimiento prestado a la recepción de estos mensajes en cualquier momento, de modo sencillo y gratuito.

#### **Responsabilidad sobre contenidos**

Se garantiza la seguridad jurídica de los prestadores de servicios que realicen tareas de intermediación respecto a los contenidos que circulan por la red ya que no tienen que controlar o supervisar los contenidos que transmiten, si bien deben retirarlos o hacer imposible su acceso si tienen conocimiento de que los mismos son ilegales.

#### **Validez de los contratos**

Celebrados por esta vía, de modo que los prestadores de servicios no tendrán que enviar documentos en papel a sus clientes para acreditar los contratos realizados.

#### **Información y transparencia**

Las empresas prestadoras tienen que mostrar en lugar visible de sus páginas web datos básicos, como nombre, domicilio, dirección de correo electrónico, precio del producto ofrecido, información necesaria para la contratación.

Para la prestación de servicios de la sociedad de la información no es necesaria la inscripción en ningún registro, basta con la comunicación al Registro Mercantil o Registro similar en el que estén inscritos los nombres de dominio o direcciones de internet que habitualmente utilicen.

#### **Resolución de conflictos**

La ley potencia códigos de conducta elaborados con la participación de asociaciones de usuarios afectados y los instrumentos de resolución extrajudicial de conflictos por medios electrónicos.

Se regula también una acción de cesación de las conductas, que se ejercitará ante los Tribunales de orden civil.

### **■ PROBLEMAS PRÁCTICOS**

- LA GARANTÍA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.
- LA SEGURIDAD DE LAS TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS.

# Contratos internacionales de consumo: apuntes sobre competencia judicial internacional y derecho aplicable



Katia Fach Gómez  
Departamento de Derecho Privado. Universidad de Zaragoza

## ESQUEMA

### 1. INTRODUCCIÓN

- Razones que justifican la creación de una política legislativa en materia de consumo.
- Iniciativas de Organismos Internacionales en este sector.
- Evolución legislativa en el plano supranacional y análisis de la situación actual

### 2. CONTRATOS INTERNACIONALES DE CONSUMO: DETERMINACIÓN DE LA COMPETENCIA JUDICIAL INTERNACIONAL

- Caracterización de los contratos celebrados por consumidores como objeto de regulación del Derecho Internacional Privado.
- Los *Convenios de Bruselas y Lugano* y los foros de consumo (artículos 13-15).
- El *Reglamento 44/01 (R)* y la protección al consumidor (artículos 15-17):
  - El *Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas* ([www.curia.eu.int](http://www.curia.eu.int)) y la noción autónoma de consumidor.



- Tipos de contratos de consumo protegidos por los artículos 15-17 R.
- Pluralidad de foros para el consumidor demandante y justificación del *forum actoris*.
- Límites a los acuerdos de elección de fuero.
- Los foros de consumo en la fase de reconocimiento y ejecución de Sentencias extranjeras.
- Contratos no subsumibles en los artículos 15-17 R.
- Los contratos de consumidores y el artículo 22.4 de la *Ley Orgánica del Poder Judicial*: similitudes y diferencias con la regulación convencional.

### 3. CONTRATOS INTERNACIONALES DE CONSUMO: DETERMINACIÓN DEL DERECHO APLICABLE

- El *Convenio de Roma* (CR) y los contratos celebrados por los consumidores (artículo 5):
  - Tipos de contratos de consumo regulados por el artículo 5 CR.
  - Libertad de elección del derecho aplicable.
  - Papel concedido a las normas imperativas de protección del país de residencia habitual del consumidor.
  - Punto de conexión subsidiario: ley del país de residencia habitual del consumidor.
  - Contratos excluidos del artículo 5 CR.
- Incidencia en este sector de diversas *Directivas Comunitarias*.

### 4. CONCLUSIONES

- Perspectivas de futuro en la protección al consumidor desde el Derecho Internacional Privado.

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ARENAS GARCÍA, R., "Tratamiento jurisprudencial del ámbito de aplicación de los foros de protección en materia de contratos de consumidores del Convenio de Bruselas de 1968", *Revista Española de Derecho Internacional (REDI)* 1996, pp. 39-70.

ARTUCH IRIBERRI, E., "La compatibilidad entre normas de aplicación en materia de contratos celebrados por los consumidores, a propósito de las reglas sobre condiciones generales de la contratación", *Derecho de los negocios* 1998, pp. 13-20.

CALVO CARAVACA, A. L., y CARRASCOSA GONZÁLEZ, J., *Derecho Internacional Privado*, volumen segundo, Comares, Granada 1998, pp. 438-450.

DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo intracomunitarios*, Eurolex, Madrid 1995.

- ESPLUGUES MOTA, C., y PALAO MORENO, G., "Las Comunidades Europeas y la protección de los consumidores", *Revista General del Derecho* 1993, pp. 6760-6785.
- FERNÁNDEZ ROZAS, J. C., y SÁNCHEZ LORENZO, S., *Derecho Internacional Privado*, segunda edición, Tecnos, Madrid 2001, pp. 589-595.
- VIRGÓS SORIANO, M., y GARCIMARTÍN ALFÉREZ, F. J., *Derecho procesal civil internacional. Litigación internacional*, Civitas, Madrid 2000, pp. 115-122.
- W. AA., *Derecho Internacional Privado*, volumen II, UNED, tercera edición, Madrid 2001, pp. 311-317.
- W. AA., *Legislación básica de Derecho Internacional Privado*, Tecnos, Madrid 2002.
- ZABALO ESCUDERO, E., "Aspectos jurídicos de la protección del consumidor contratante en Derecho Internacional Privado", *REDI* 1985, pp. 109-133.

## LEGISLACIÓN BÁSICA

### **1. Sección cuarta del Capítulo segundo del Reglamento CE 44/2001, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil.**

Competencia en materia de contratos celebrados por los consumidores:

Artículo 15: " 1. *En materia de contratos celebrados por una persona, el consumidor, para un uso que pudiere considerarse ajeno a su actividad profesional, la competencia quedará determinada por la presente Sección, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4 y en el punto 5 del artículo 5.*

- a) *cuando se tratare de una venta a plazos de mercaderías,*
  - b) *cuando se tratare de un préstamo a plazos o de otra operación de crédito vinculada a la financiación de la venta de tales bienes,*
  - c) *en todos los demás casos, cuando la otra parte contratante ejerciere actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor o, por cualquier medio, dirigiere tales actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato estuviere comprendido en el marco de dichas actividades.*
2. *Cuando el cocontratante del consumidor no estuviere domiciliado en un Estado contratante, pero poseyere una sucursal, agencia o cualquier otro establecimiento en un Estado miembro, se considerará para todos los litigios relativos a su explotación que está domiciliado en dicho Estado.*
3. *La presente sección no se aplicará al contrato de transporte, salvo el caso de los que, por un precio global, ofrecen una combinación de viaje y alojamiento."*

Artículo 16: " 1. *La acción entablada por un consumidor contra la otra parte contratante podrá interponerse ante los tribunales del Estado miembro en que estuviere domiciliada*



dicha parte o ante los Tribunales del Estado miembro en que estuviere domiciliado el consumidor.

2. *La acción entablada contra el consumidor por la otra parte contratante sólo podrá interponerse ante los tribunales del Estado miembro en que estuviere domiciliado el consumidor.*
3. *El presente artículo no afectará al derecho de presentar una reconvencción ante el tribunal que entendiere de una demanda principal de conformidad con la presente Sección".*

Artículo 17: *"Únicamente prevalecerán sobre las disposiciones de la presente Sección los acuerdos atributivos de competencia:*

1. *Posteriores al nacimiento del litigio, o*
2. *Que permitieren al consumidor formular demandas ante tribunales distintos de los indicados en la presente Sección, o*
3. *Que habiéndose celebrado entre un consumidor y su cocontratante, domiciliados o con residencia habitual en el mismo Estado miembro en el momento de la celebración del contrato, atribuyeren competencia a los tribunales de dicho Estado a no ser que la ley de éste prohibiese tales acuerdos".*

## **2. Ley Orgánica 6/1985 de 1 de julio, del Poder Judicial.**

**Artículo 22.4:** *"Asimismo, en materia de contratos de consumidores, cuando el comprador tenga su domicilio en España si se trata de una venta a plazos de objetos muebles corporales o de préstamos destinados a financiar su adquisición; y en caso de cualquier otro de prestación de servicio o relativo a bienes muebles, cuando la celebración del contrato hubiere sido precedida por oferta personal o de publicidad realizada en España o el consumidor hubiera llevado a cabo en territorio español los actos necesarios para la celebración del contrato".*


## **3. Convenio sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, hecho en Roma el 19 de junio de 1980.**

**Artículo 5:** *"Contratos celebrados por los consumidores:*

1. *El presente artículo se aplicará a los contratos que tengan por objeto el suministro de bienes muebles corporales o de servicios a una persona, el consumidor, para un uso que pueda ser considerado como ajeno a su actividad profesional, así como a los contratos destinados a la financiación de tales suministros.*
2. *Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3, la elección por las partes de la ley aplicable no podrá producir el resultado de privar al consumidor de la protección que le aseguren las disposiciones imperativas de la ley del país en que tenga su residencia habitual:*

- *Si la celebración del contrato hubiera sido precedida, en ese país, por una oferta que le haya sido especialmente dirigida o por publicidad, y si el consumidor hubiera realizado en ese país los actos necesarios para la celebración del contrato o*
  - *Si la otra parte contratante o su representante hubiera recibido el encargo del consumidor en ese país, o*
  - *Si el contrato fuera una venta de mercancías y el consumidor se hubiera desplazado de este país a un país extranjero y allí hubiera realizado el encargo, siempre que el viaje hubiera sido organizado por el vendedor con la finalidad de incitar al consumidor a concluir una venta.*
3. *No obstante lo dispuesto en el artículo 4, y en defecto de la elección realizada conforme al artículo 3, estos contratos se regirán por la ley del país en que el consumidor tenga su residencia habitual, si concurrieran las circunstancias descritas en el apartado 2 del presente artículo.*
4. *El presente artículo no se aplicará:*
- *A los contratos de transporte.*
  - *A los contratos de suministro de servicios cuando los servicios deban prestarse al consumidor, exclusivamente en un país distinto de aquel en que tenga su residencia habitual.*
5. *No obstante lo dispuesto en el apartado 4, el presente artículo se aplicará a los contratos que, por un precio global, comprendan prestaciones combinadas de transporte y alojamiento”.*

# Contratos internacionales de consumo: apuntes sobre competencia judicial internacional y derecho aplicable



Katia Fach Gómez

Departamento de Derecho Privado. Universidad de Zaragoza

La internacionalización de los mercados, la globalización económica y la creciente utilización de avances tecnológicos como Internet son algunos de los factores que interactúan, haciendo que en la actualidad los contratos presenten cada vez con más frecuencia algún elemento de extranjería. La reglamentación de estas relaciones contractuales que muestran conexiones con más de un ordenamiento jurídico es una cuestión que viene siendo tratada desde la óptica del Derecho Internacional Privado. Esta disciplina, al tiempo que se ha ocupado de dar respuesta jurídica a las características propias de la contatación internacional, ha tomado igualmente en consideración las peculiaridades de los contratos de consumo, creando en esta materia una serie de reglas especiales.

En este sentido, en el plano de la competencia judicial internacional (entendiéndose por tal la precisión de si los órganos jurisdiccionales de un Estado poseen aptitud legal para conocer de las controversias suscitadas a raíz de una situación privada internacional), los *Convenios de Bruselas y Lugano* contenían ya una sección específica en materia de contratos celebrados por consumidores. En la actualidad, el *Reglamento CE número 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil* (en adelante R) también dedica una especial atención a este tipo de contratos, que aparecen regulados en los artículos 15 a 17 del citado Reglamento Comunitario.

Se acudirá a este texto para precisar ante los tribunales de qué Estado se puede interponer una demanda en materia de consumo siempre que el sujeto demandado se halle

domiciliado en un "Estado miembro" (es decir, todos los comunitarios salvo Dinamarca, país respecto al cual sigue rigiendo el *Convenio de Bruselas* -artículos 1.3 y 68 R-) o bien si, a pesar de no estar domiciliado en un "Estado miembro", el demandado sí que posee en tal una sucursal, agencia, o cualquier otro establecimiento (artículo 15.2 R). A sensu contrario, serán el *Convenio de Lugano* o la *Ley Orgánica del Poder Judicial* los que intervendrán si el demandado se encuentra domiciliado, respectivamente, en un Estado que únicamente es parte del *Convenio de Lugano* o en un país que no sea parte de ninguno de los textos internacionales que se acaban de mencionar.

Inciendo en los aspectos más destacados de la regulación contenida en el Reglamento 44/01, se constata en primer lugar cómo la noción de consumidor (aquel que contrata para un uso que pudiere considerarse ajeno a su actividad profesional) se perfila con mayor detalle -y de forma restrictiva- por medio de varias Sentencias del *Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas* -TJCE- (en definitiva, sólo se quiere ofrecer una protección específica a las relaciones que muestran una auténtica asimetría contractual).

En segundo lugar, el artículo 15 del Reglamento 44/01 expone las características objetivas que ha de reunir un contrato para poder acogerse a la regulación prevista por Reglamento Comunitario en su sección de contratos de consumo. Así, se requiere que el contrato, bien tenga por objeto una venta a plazos de mercaderías o una operación de crédito vinculada a la financiación de esa venta, bien sea consecuencia de las actividades comerciales que el empresario ha ejercido o dirigido al Estado miembro en que está domiciliado el consumidor. Para estos supuestos, cuyas nociones constitutivas también son definidas de forma autónoma por el TJCE, el artículo 16 del Reglamento ofrece al consumidor la posibilidad de litigar en uno de los dos foros siguientes: el del domicilio del empresario demandado o el de su propio domicilio. Esta opción (y especialmente, la admisión del *forum actoris* -foro cercano y que reduce los costos del acceso a la jurisdicción-) contrasta con la única posibilidad que se le concede al profesional demandante; plantear sus pretensiones ante los tribunales del Estado miembro en que esté domiciliado el consumidor.

En tercer lugar, el artículo 17 del Reglamento limita el juego de la autonomía de la voluntad con objeto de proteger a quien se considera la parte débil de la relación jurídica: el consumidor. Por ello, frente a la generosa recepción de la sumisión expresa por parte del artículo 23 R, en sede de contratos de consumo las cláusulas atributivas de competencia únicamente se *admiten* en tres supuestos tasados.

Señalados ya los puntos más relevantes de los artículos 15-17 R (preceptos a los que, como se apuntó, se va a acudir frecuentemente para saber si los tribunales españoles poseen competencia judicial internacional para conocer de un litigio en torno a un contrato de consumo internacional), procede realizar a continuación algunas consideraciones en torno a la precisión del derecho aplicable a este tipo de *litis* (entendiéndose que la noción

de *derecho aplicable* está haciendo referencia a la determinación del régimen jurídico sustancial conforme al cual resolver la situación privada internacional). En materia de contratación internacional, y más específicamente, en el sector de los contratos de consumo, es esencial analizar el *Convenio de Roma sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales de 19 de junio de 1980* (en adelante, CR), ya que el carácter universal de este texto convencional (artículo 2) ha traído consigo el desplazamiento de nuestra norma autónoma: el artículo 10.5 del Código Civil.

El artículo 5 del Convenio de Roma precisa cuál es la ley aplicable a los contratos celebrados por los consumidores y la característica principal de dicho precepto es que en materia de consumo restringe el papel que el Convenio atribuye con carácter general a la autonomía de la voluntad (artículo 3). Para ser aplicado, el artículo 5 CR exige en primer lugar que una de las partes sea un consumidor (considerándose como tal a quien adquiere bienes o servicios para un uso que pueda ser considerado ajeno a su actividad profesional). En segundo lugar, es necesario que el contrato tenga por objeto, bien el suministro de bienes muebles corporales o de servicios, bien la financiación de dichos suministros. Esta delimitación material implica, a sensu contrario, que el régimen previsto en el artículo 5 no se aplicará a los contratos que tengan por objeto bienes inmuebles o derechos incorporales. Tampoco intervendrá esta norma de conflicto específica respecto de contratos de transporte (artículo 5.4 CR) pero sí lo hará en materia de contratos que, por un precio global, comprendan prestaciones combinadas de transporte y alojamiento (artículo 5.5 CR).

En tercer lugar, el artículo 5 del Convenio de Roma establece –para que el consumidor pueda gozar de la protección prevista en esta norma– unas condiciones espaciales (que en definitiva están requiriendo que exista un fuerte contacto entre el Estado de residencia habitual del consumidor y el vínculo contractual –y de ahí la exclusión contenida en el artículo 5.4.2 CR–). En este sentido, el 5.2 CR exige para poder ser aplicado, que se dé alguna de las tres circunstancias siguientes: 1. Que haya habido en el país de residencia habitual del consumidor una oferta por publicidad o especialmente dirigida a él y que este consumidor haya realizado en tal Estado los actos necesarios para celebrar el contrato (por ejemplo: ventas por catálogo, por televisión, a domicilio, etc). 2. Que el vendedor o prestador de servicios haya recibido el encargo en el país de residencia del consumidor (por ejemplo, una compra-venta realizada en una feria o exposición). 3. Que el vendedor haya organizado un viaje al extranjero para incitar al consumidor a concluir una venta de mercancías allí y que el encargo se realice efectivamente allí.

Si se cumple con los presupuestos recién mencionados, el artículo 5.2 CR permite que el contrato se rija por la ley designada por los contratantes. Sin embargo, temiendo que el empresario pueda imponer abusivamente su voluntad sobre la del consumidor, el artículo restringe esta elección del derecho aplicable, afirmando que el consumidor no

podrá verse privado de la protección que le concedan las disposiciones de la ley del país de su residencia habitual. Esta última previsión supone una maximización de la tutela otorgada al consumidor, ya que garantiza a este sujeto – considerado parte débil de la relación jurídica– un parámetro mínimo de protección. A falta de una cláusula de elección del derecho aplicable, el artículo 5.3 CR proclama que el contrato de consumo se regirá por la ley del país en que el consumidor tenga su residencia habitual.

Con las pinceladas recién expuestas se concluyen estos apuntes sobre competencia judicial internacional y derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo. Dada la limitada extensión del presente resumen, se adjunta a continuación un listado de bibliografía básica, que permitirá al lector profundizar en los diversos temas apuntados en esta breve exposición.

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ARENAS GARCÍA, R., "Tratamiento jurisprudencial del ámbito de aplicación de los foros de protección en materia de contratos de consumidores del Convenio de Bruselas de 1968", *Revista Española de Derecho Internacional (REDI)* 1996, pp. 39-70.
- ARTUCH IRIBERRI, E., "La compatibilidad entre normas de aplicación en materia de contratos celebrados por los consumidores, a propósito de las reglas sobre condiciones generales de la contratación", *Derecho de los negocios* 1998, pp. 13-20.
- CALVO CARAVACA, A. L., y CARRASCOSA GONZÁLEZ, J., *Derecho Internacional Privado*, volumen segundo, Comares, Granada 1998, pp. 438-450.
- DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo intracomunitarios*, Eurolex, Madrid 1995.
- ESPLUGUES MOTA, C., y PALAO MORENO, G., "Las Comunidades Europeas y la protección de los consumidores", *Revista General del Derecho* 1993, pp. 6760-6785.
- FERNÁNDEZ ROZAS, J. C., y SÁNCHEZ LORENZO, S., *Derecho Internacional Privado*, segunda edición, Tecnos, Madrid 2001, pp. 589-595.
- VIRGÓS SORIANO, M., y GARCIMARTÍN ALFÉREZ, F. J., *Derecho procesal civil internacional. Litigación internacional*, Civitas, Madrid 2000, pp. 115-122.
- W. AA., *Derecho Internacional Privado*, volumen II, UNED, tercera edición, Madrid 2001, pp. 311-317.
- W. AA., *Legislación básica de Derecho Internacional Privado*, Tecnos, Madrid 2002.
- ZABALO ESCUDERO, E., "Aspectos jurídicos de la protección del consumidor contratante en Derecho Internacional Privado", *REDI* 1985, pp. 109-133.

# Contratos sobre la vivienda: compraventa de vivienda



Isaac José Tena Piazuolo  
Departamento de Derecho Privado. Univesidad de Zaragoza

## PROGRAMA

1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO: OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.
2. INTRODUCCIÓN A LA MATERIA: ENCUADRAMIENTO SISTEMÁTICO DE ESTA PARTE DEL CURSO. IMPORTANCIA SOCIAL DE LOS CONTRATOS SOBRE LA VIVIENDA. INTRODUCCIÓN AL DERECHO CIVIL DE LA CONTRATACIÓN. DERECHO GENERAL DEL ESTADO Y DERECHOS AUTONÓMICOS. EL CÓDIGO CIVIL Y EL DERECHO COMÚN; LAS LEYES ESPECIALES.
3. EL DERECHO ESPECIAL DE CONSUMO Y LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES: LOS DERECHOS DE INFORMACIÓN EN LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS, Y EN LA LEY ARAGONESA. ESPECIALIDADES EN MATERIA DE COMPRAVENTA Y ARRENDAMIENTO DE VIVIENDA.
4. CAPACIDAD DE LAS PERSONAS FÍSICAS PARA CONTRATAR: CAPACIDAD JURÍDICA, CAPACIDAD DE OBRAR, LOS ESTADOS CIVILES. CAPACIDAD DE LOS MENORES, CAPACIDAD DE LOS INCAPACITADOS. ESPECIALIDADES DEL DERECHO ARAGONÉS.
5. CONCEPTO, CARACTERES Y ELEMENTOS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN GENERAL. LA COMPRAVENTA DE VIVIENDA. CAPACIDAD PARA COMPRAR Y VENDER. LA COSA Y EL PRECIO. DOCUMENTACIÓN Y FORMALIDADES DE LA VENTA. LA ADQUISICIÓN DE LA PROPIEDAD.



## OBLIGACIONES DE LAS PARTES COMPRADORA Y VENDEDORA. LA LEY DE ORDENACIÓN DE LA EDIFICACIÓN.

### PRESENTACIÓN DEL MÓDULO: OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

Resulta difícil escapar a la percepción de que el ciudadano debe desenvolverse en sus relaciones cotidianas a través de una maraña de prescripciones y observancias legales, que deben contribuir por principio a asegurar la paz social, a la búsqueda del bien común. El Derecho, en sus diversas manifestaciones, es omnipresente en la sociedad y parece invadirlo todo, desde las facetas más íntimas de la vida hasta las relaciones puramente económicas, ordena la gestación y el nacimiento, las etapas de desarrollo de la vida, e incluso la sucesión de las personas una vez muertas.

En relación a la diversidad de ramas que integran el Ordenamiento jurídico español, el Derecho civil mantiene –entre otras características, que lo definen en la actualidad– la consideración práctica que históricamente recibió: su valoración como "el Derecho de los ciudadanos", el Derecho que regula las relaciones jurídicas privadas. Efectivamente, desde el Derecho civil se regulan los negocios jurídicos que realizan los particulares en sus relaciones ordinarias, en contraste con las ramas de Derecho que tratan de las relaciones con los diferentes ámbitos de la Administración. Aquél se presenta como el *Derecho privado no especializado, el Derecho de la vida diaria, el Derecho del "ciudadano medio" que regula las relaciones jurídicas de la vida privada que son significativas para cualquiera.*

Aunque solamente fuera por esta consideración, el Derecho civil es objeto de interés específico para los ciudadanos, tanto más cuando regula cuestiones a las que aquéllos son especialmente sensibles. Ejemplo de tal importancia puede verse en contratos como la compraventa, cuya frecuencia en la sociedad acaban por definir un determinado modo de vida, una determinada economía: parece incuestionable que esos contratos (ya que comprar y vender resulta inevitable y cotidiano, prácticamente, para cualquiera) se celebran con una frecuencia superior a otros.

Que el contrato de compraventa sea importante, interesante, para el ciudadano no es algo nuevo: no en vano los principios generales de su reglamentación proceden en buena medida del Derecho romano. En cambio sí constituye una relativa novedad la diversificación del Derecho civil, la existencia de una pluralidad de Ordenamientos jurídicos civiles territoriales o autonómicos, y en consecuencia su mayor complejidad. Como también es novedoso que hoy en día los particulares contratantes, las *personas* que siguen constituyendo el contenido nuclear del Derecho civil, merecen en las leyes la consideración adicional de *consumidores*; el calificativo en sí mismo resulta lo menos importante, en cambio sí lo es la existencia de leyes y prin-



cipios generales del Derecho que persiguen como objeto primordial proteger a los contratantes con ciertas medidas que proceden de lo que se denomina Derecho del consumo.

Estos fenómenos redundan en suma en que no sea fácil al ciudadano o consumidor aproximarse a su propio Derecho, el Derecho del *cives*, el Derecho civil, poniendo orden en la variedad de cuestiones que debe tener en cuenta para comprar o vender, todavía más cuando el objeto en cuestión es un bien tan apreciado como la vivienda.

Lo que se persigue con las unidades docentes en que se ha programado la materia de los contratos sobre la vivienda, es vencer el alejamiento o desfase entre la utilidad práctica de la compraventa de vivienda y el conocimiento por parte de los consumidores de cuáles son sus derechos y obligaciones fundamentales como contratantes. Para lograrlo el programa procede desde la explicación de las cuestiones más generales, hasta el análisis específico del régimen positivo de aquel contrato cuando se refiere a la vivienda, y que se ha complicado por la diversidad de normativas existentes. Sin necesidad de precisiones inadecuadas, si van en detrimento de la clara comprensión de las reglas básicas que deben contemplarse, resulta preciso comprender cómo se determina cuál es el derecho aplicable a cada relación jurídica, teniendo en cuenta criterios como la naturaleza del contrato a celebrar, el ámbito normativo territorial, o la vecindad civil. Al propio tiempo tiene que explicarse cuáles son las circunstancias determinantes de la capacidad de obrar, que a su vez tienen que ver con los denominados estados civiles. A partir de ahí es posible comprender la regulación de la compraventa, en general, y en los supuestos específicos que se refieran a las viviendas.

En todo caso, constituye un objetivo genérico para el desarrollo de las sesiones lograr una dinámica de grupo (basada en lo que se conoce como *método heurístico*), una adecuada interrelación docente con los participantes en el curso. Que fundamente la progresión en conocimientos con una comprensión efectiva de cuáles son las reglas del sistema de la contratación de nuestro Ordenamiento jurídico. En suma, el objetivo perseguido por el módulo temático es que resulte un curso práctico y útil, sin detrimento de que la materia supone una evidente especialización respecto de lo que pueden ser nociones o conocimientos de uso común entre quienes no han recibido una concreta formación jurídica.

Para concluir, debo llamar la atención sobre el tiempo asignado a estos temas (ocho horas en total), circunstancia que impone una necesaria concreción de contenidos, ya que sería ilusorio e inútil tratar de explicar siquiera unos contenidos conceptuales y de derecho positivo a los que los estudiantes de una licenciatura en Derecho deben dedicar unas cuantas semanas lectivas.

## 2. INTRODUCCIÓN A LA MATERIA: ENCUADRAMIENTO SISTEMÁTICO DE ESTA PARTE DEL CURSO. IMPORTANCIA SOCIAL DE LOS CONTRATOS SOBRE LA VIVIENDA. INTRODUCCIÓN AL DERECHO CIVIL DE LA CONTRATACIÓN. DERECHO GENERAL DEL ESTADO Y DERECHOS AUTONÓMICOS. EL CÓDIGO CIVIL Y EL DERECHO COMÚN; LAS LEYES ESPECIALES

Los contratos sobre viviendas, en diversas modalidades contractuales que admite ese objeto genérico, merecen sin duda una especial consideración por su importancia social y por la frecuencia práctica con que se conciertan tales contratos. Ello mismo determina que su trascendencia en el tráfico jurídico económico sea muy importante, dados los intereses (opuestos, con frecuencia) que entran en juego (en relación a partes distintas: contratantes, intermediarios, publicistas, asesores legales, entidades financieras, constructores, suministradores, etc). Contratos como la compraventa de vivienda o el alquiler no solamente permiten satisfacer una necesidad básica de las personas (una de las principales, sin duda, ya que la vivienda como sede de la persona es el medio idóneo para cumplir diversos derechos y obligaciones propios de las relaciones familiares y sociales), sino que contribuyen de una manera decisiva a la circulación de capitales y a la generación de riqueza. Todo ello determina, sin duda, el amplio régimen jurídico y las abundantes prescripciones legales con que el legislador ha rodeado esos contratos, y cuya razón de ser es la de garantizar adecuadamente los intereses en juego, evitando que entren en conflicto o facilitando su solución.

La propia Constitución Española de 1978 se ha ocupado del derecho a la vivienda, aunque con un alcance más programático que vinculante para los poderes públicos, en el art. 47: *"Todos los españoles tienen derecho a disfrutar de una vivienda digna y adecuada. Los poderes públicos promoverán las condiciones necesarias y establecerán las normas pertinentes para hacer efectivo este derecho, regulando la utilización del suelo de acuerdo con el interés general para impedir la especulación.*

*La comunidad participará en las plusvalías que genere la acción urbanística de los entes públicos".*

No haría falta insistir más en la importancia teórica de los contratos sobre la vivienda, cuando basta la propia experiencia común para corroborarla. Por lo general la vivienda es una de las circunstancias de la vida que, de diversos modos, más determina al ser humano, y donde desarrolla su autonomía como persona. De ahí que las condiciones de acceso a la vivienda, en cada sociedad y en cada época, sean un objeto de estudio relevante para diversas ramas de la ciencias como el derecho, la economía, sociología, historia, la política, etc., y que aquellas condiciones sean determinantes de otras consecuencias im-

portantes, como el nivel de riqueza de los individuos y de las familias, el desarrollo de los sectores productivos, o incluso de los propios usos sociales; a modo de ejemplo, las circunstancias generalizadas en que se produce el acceso a la vivienda determinan, según parece, la propia tendencia demográfica de nuestro país, o la tardía edad (que constituye un ejemplo extremo, en relación a otros países europeos) en que los jóvenes españoles abandonan el hogar familiar para independizarse.

Al propio tiempo no puede ignorarse la interacción específica que se produce entre la compra de vivienda y el alquiler: la facilidad o dificultad, la frecuencia en definitiva, con que puede realizarse cada uno de esos contratos acaba influyendo en la utilidad del otro. Hace no muchos años, en 1994, el Preámbulo de la vigente Ley de Arrendamientos Urbanos señalaba que las circunstancias del mercado habían convertido el arrendamiento en una alternativa poco atractiva frente a la adquisición en propiedad, y en tal sentido, solo un 18% aproximadamente del parque total de viviendas se encontraba en régimen de alquiler, según datos del Banco de España, publicados en el presente mes de octubre. Desde 1988 las rentas de los alquileres se han incrementado un 75% más que el índice de inflación de la economía. Ahora mismo, en estos últimos meses, las noticias relativas a la "burbuja inmobiliaria", o el precio desorbitado en la venta de viviendas, se han convertido en lugar común en la prensa española, incluso en los programas de algunos partidos políticos.

Aunque parezca una afirmación excesivamente elemental, el Derecho se ocupa de los contratos sobre la vivienda, tanto las ramas del Público como del Derecho Privado. Dentro de éste es el Derecho civil el que tiene encomendada la regulación de los contratos, y, entre ellos, de los que de una manera especial tienen relación con la vivienda. En este sentido me propongo explicar el régimen civil de la compraventa, contenido tanto en el Código como en la diversa legislación especial que tiene relación con los consumidores.

Que sea el Derecho civil la rama del Derecho que principalmente se ocupa en regular, de una manera general, los contratos entre particulares resulta fácilmente explicable: el Derecho civil es el Derecho privado general. Lo cual significa a su vez que, en opinión de cierto autor, el Derecho civil se presenta como "el Derecho privado no especializado", el "Derecho de la vida diaria", el Derecho del "ciudadano medio" que "regula las relaciones jurídicas de la vida privada que son significativas para cualquiera".

Si descomponemos aquella expresión en los términos de que procede, "Derecho privado" y "Derecho general", el Derecho civil es Derecho privado, porque regula fundamentalmente las relaciones entre particulares; es Derecho privado nuclear o general, por contraste y centro de referencia conceptual respecto de otras ramas del Derecho privado que del civil se separaron.

Desde otro punto de vista, podemos afirmar que el Derecho civil es el "Derecho común". El Derecho civil se distingue de los Derechos especiales que regulan otras ramas distin-

tas del Ordenamiento jurídico; y en sentido territorial, existe también una contraposición entre el Derecho civil que resulta aplicable a todo el territorio de nuestro país, y aquel (los Derechos forales o especiales) que debe aplicarse únicamente en determinadas Comunidades o regiones. En uno y otro caso puede producirse una aplicación con carácter supletorio de las reglas consideradas como de Derecho común, en caso de insuficiencia de las reglas propias del Derecho especial<sup>1</sup>.

En España ha sido una característica histórica el fenómeno denominado de "variedad legislativa civil", que supone que en un mismo territorio pueden coexistir una pluralidad de Ordenamientos: el Estatal y los llamados derechos Forales o especiales (es decir, el Derecho tradicional de los antiguos reinos históricos). Esta singularidad se ha consagrado constitucionalmente, ya que la Constitución española de 1978 ha dado carta de naturaleza a un modelo de distribución territorial, política y administrativa, que se denomina "Estado de las Autonomías"; ello significa que el actual mapa español puede dibujarse a tales efectos mediante una serie de círculos o niveles: el más amplio comprende el Estado central y la totalidad del territorio del país; en un segundo nivel existen los ámbitos correspondientes a las Comunidades Autónomas, integradas por una o más provincias, con sus propios órganos ejecutivos y legislativos, con su propia administración y patrimonio, que en ciertas materias tienen una relativa independencia (hablando por supuesto en sentido figurado, pues España ni siquiera es un estado de tipo federal) del Estado central y en otras quedan sometidas a él; a su vez, algunos territorios autonómicos, que no todos ellos, tienen su propio Derecho civil foral, procedente originariamente de sus antiguas leyes o fueros.

Lo dicho sin contar, por supuesto, que por encima de tales niveles y con preferencia a todos ellos debe jugar el Derecho de la Unión Europea de la que España es parte, así como los Tratados y Convenciones a los que se ha adherido y que han pasado a constituir parte de su derecho interno.

Por último, Derecho civil se contiene tanto en el Código de 1889, como en leyes especiales que, por situarse materialmente fuera del Código civil, se denominan "leyes extracodiciales"; un ejemplo de lo que son las leyes especiales o extracodiciales podemos encontrarlo en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

---

1 Cfr., respectivamente, el art. 4.3 CC así como el 149.3 CE y el 13.2 CC.

### 3. EL DERECHO ESPECIAL DE CONSUMO Y LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES: LOS DERECHOS DE INFORMACIÓN EN LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS, Y EN LA LEY ARAGONESA. ESPECIALIDADES EN MATERIA DE COMPRAVENTA Y ARRENDAMIENTO DE VIVIENDA

Como ya he señalado anteriormente, dentro de una misma rama del Derecho como es el Derecho civil, puede realizarse una contraposición entre el derecho común y los derechos especiales. Dentro de este último grupo podemos incluir, entre otros, el llamado Derecho del consumo que pasa por ser una parte especial dentro del Derecho de obligaciones y contratos. De una manera muy general puede afirmarse que tal Derecho es el que se refiere o regula los derechos de los consumidores. A su vez, por *consumidor*, se entiende en sentido económico el sujeto de mercado (tanto personas físicas, como jurídicas) que adquiere bienes o usa servicios (ambas nociones tomadas en sentido amplio) para destinarlos a su propio uso o a satisfacer sus necesidades personales o familiares: es el destinatario final de los bienes o servicios, en diferenciación de quien los adquiere con carácter profesional o comercial. Al mismo tiempo –señala GÓMEZ CALLE, a quien tengo especialmente en cuenta en las líneas siguientes– para que el consumidor sea considerado como tal, es preciso que realice sus adquisiciones de un *no consumidor*, es decir, de un profesional.

Los actos de los consumidores se instrumentan, por regla general, mediante un contrato, si bien sometido a principios que no son los generales o propios de la mayoría de los contratos (basados en el valor entendido de contraposición de intereses). En aquéllos la especialidad principal deriva de la necesidad de proteger o favorecer al consumidor que merece, frente a los profesionales o empresarios, la consideración de parte contratante más débil. Este principio tiene fundamento constitucional, ya que procede del art. 51 CE y que, a su vez, pertenece a los principios rectores de la política social y económica del Capítulo III del Título I de la Constitución, y por ello tiene carácter informador de la legislación positiva, la práctica judicial y la actuación de los poderes públicos (cfr. art. 53.3 CE).

El principio de protección del consumidor ha sido especialmente desarrollado, legislativamente, por la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 19 de julio de 1984. En esta Ley existen previsiones concretas o medidas para garantizar la protección del consumidor: las exigencias relativas a la publicidad de bienes y servicios (art. 8.1); la regulación de las condiciones generales de la contratación (art. 10 Ley, y además téngase en cuenta otra Ley especial: Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación); se reconocen las asociaciones de usuarios y su legitimación para realizar reclamaciones judiciales en nombre de sus asociados (art. 20.1) o los intereses generales de los consumidores (art. 8.3); se adopta en la Ley un sistema

de responsabilidad objetiva (sin abandonar tampoco el sistema de responsabilidad por culpa, *cfr.* art. 1902 CC, y 26 y 27 Ley) para exigir la reparación por daños causados extracontractualmente, y se adopta al respecto una técnica de *inversión de la carga probatoria* (que supone, en definitiva, que no es la víctima que demanda la que debe probar su derecho al resarcimiento, sino que aquel a quien se demanda como causante del daño tiene que intentar eximirse).

Teniendo en cuenta la distribución de competencias, las Comunidades Autónomas pueden asumirlas en materia de consumo. Así ha sucedido en nuestra propia Comunidad, que cuenta con la Ley 8/1997, de 30 de octubre, del Estatuto del consumidor y usuario de la CA de Aragón. Con respecto a los derechos de información del consumidor, en dicha Ley deben tenerse en cuenta con carácter general el art. 21, y específicamente para la compraventa de viviendas el art. 30.

La Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (publicada en el BOE de 24 de julio de 1984), regula en el Capítulo IV el Derecho a la información. El artículo 13 dispone:

*"1. Los bienes, productos y, en su caso, los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales, y al menos sobre las siguientes:*

*a) Origen, naturaleza, composición y finalidad.*

*b) Aditivos autorizados que, en su caso, lleven incorporados.*

*c) Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial si la tienen.*

*d) Precio completo o presupuesto, en su caso, y condiciones jurídicas y económicas de adquisición o utilización, indicando con claridad y de manera diferenciada el precio del producto o servicio y el importe de los incrementos o descuentos en su caso, y de los costes adicionales por servicios, accesorios, financiación, aplazamiento o similares.*

*e) Fecha de producción o suministro, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.*

*f) Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.*

*2. Las exigencias concretas en esta materia se determinarán en los Reglamentos de etiquetado, presentación y publicidad de los productos o servicios, en las reglamentaciones o normativas especiales aplicables en cada caso, para garantizar siempre el derecho de los consumidores y usuarios a una información cierta, eficaz, veraz y objetiva. En el caso de viviendas cuya primera transmisión se efectúe después de la en-*

*trada en vigor de esta Ley, se facilitará además al comprador una documentación completa suscrita por el vendedor, en la que se defina, en planta a escala, la vivienda y el trazado de todas sus instalaciones, así como los materiales empleados en su construcción, en especial aquéllos a los que el usuario no tenga acceso directo".*

Resulta importante tener en cuenta que las garantías del comprador como consumidor están garantizadas especialmente por el Real Decreto 515/1989, de 21 de abril, sobre protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas (publicado en el BOE de 17 de mayo de 1989). En síntesis de aquella disposición resulta la obligación de que, los profesionales dedicados a la promoción y venta de inmuebles, informen respecto de:

1. El nombre o razón social, domicilio y, en su caso, los datos de la inscripción en el Registro Mercantil del vendedor.
2. Plano general del emplazamiento de la vivienda y plano de la vivienda misma, así como descripción y trazado de las redes eléctrica, de agua, gas y calefacción y garantías de las mismas, y de las medidas de seguridad contra incendios con que cuente el inmueble.
3. Descripción de la vivienda con expresión de su superficie útil, y descripción general del edificio en el que se encuentra, de las zonas comunes y de los servicios accesorios.
4. Referencia a los materiales empleados en la construcción de la vivienda, incluidos los aislamientos térmicos y acústicos, y del edificio y zonas comunes y servicios accesorios.
5. Instrucciones sobre el uso y conservación de las instalaciones que exijan algún tipo de actuación o conocimiento especial y sobre evacuación del inmueble en caso de emergencia.
6. Datos de inscripción del inmueble en el Registro de la Propiedad o expresión de no hallarse inscrito en el mismo.
7. Precio total de la vivienda y servicios accesorios y forma de pago, con expresión detallada de los siguientes datos:
  - a) Precio total de la venta, que se entenderá, que incluyen en su caso, los honorarios de Agente y el IVA, si la venta se halla sujeta a este impuesto. En otro caso se indicará la cuota que corresponda por el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
  - b) Forma de pago. En el caso de preverse aplazamientos se indicará el tipo de interés aplicable y las cantidades que corresponderá abonar por principal e intereses y fecha de vencimiento de unos y otros.
  - c) Medios de pago admisibles para las cantidades aplazadas.

- d) Si se prevé la subrogación del consumidor en alguna operación de crédito no concertada por él, con garantía real sobre la propia vivienda, se indicará con claridad el Notario autorizante de la correspondiente escritura, fecha de ésta, datos de su inscripción en el Registro de la Propiedad y la responsabilidad hipotecaria que corresponde a cada vivienda, con expresión de vencimientos y cantidades.
  - e) Garantías que deberá constituir el comprador por el precio o la parte de él, aplazado.
8. Copia de la licencia de obras, de la cédula urbanística de la que resulte el cumplimiento de las operaciones reparcelatorias o compensatorias, y de la licencia de primera ocupación de la vivienda.
  9. Estatutos y normas de funcionamiento de la Comunidad de Propietarios, en su caso, así como información de los contratos de servicios y suministros de la comunidad.
  10. Información sobre el pago de los tributos de todas clases que graven la propiedad o utilización de la vivienda.
  11. Forma en que está previsto documentar el contrato con sus condiciones generales y especiales.
  12. En el caso de que la vivienda o las zonas comunes o elementos accesorios no se encuentren totalmente edificados se hará constar con toda claridad la fecha de entrega y la fase en que se encuentra la edificación.
  13. Cuando se trate de primera transmisión se indicará el nombre y domicilio del Arquitecto y el nombre o razón social y domicilio del constructor.

#### **4. CAPACIDAD DE LAS PERSONAS FÍSICAS PARA CONTRATAR: CAPACIDAD JURÍDICA, CAPACIDAD DE OBRAR, LOS ESTADOS CIVILES. CAPACIDAD DE LOS MENORES, CAPACIDAD DE LOS INCAPACITADOS. ESPECIALIDADES DEL DERECHO ARAGONÉS**

De modo resumido, puesto que estos temas tienen su propia medida de complejidad, puede establecerse una diferenciación entre la capacidad jurídica y la capacidad de obrar. La primera noción tiene carácter general, y corresponde a las personas por el hecho de serlo. La capacidad de obrar supone, de una manera específica, la posibilidad de realizar determinados actos con trascendencia o efectos jurídicos; si tal capacidad se refiere a la posibilidad de intervenir o celebrar contratos, se denomina capacidad contractual. Todo ello, a su vez, depende de ciertas circunstancias, que de un modo genérico podemos remitir a los estados civiles.



Los estados civiles (como los producidos por el matrimonio o la soltería, la viudedad, la edad de las personas, la separación o el divorcio, o la incapacitación) cualifican la aptitud para realizar actos jurídicos. Por ejemplo, los actos jurídicos (o los contratos) que puede realizar un menor son evidentemente distintos de los que la ley permite al mayor de edad.

Los estados civiles se regulan por el Derecho civil, fundamentalmente mediante las normas contenidas en el Código. Ello no impide, sin embargo, que algunos Ordenamientos como el nuestro contengan algunas previsiones específicas. Así es característico del Derecho aragonés la denominada "capacidad adelantada o anticipada", que permite a los menores de edad (menores de 18 años, por tanto) que realicen determinados actos jurídicos con la *asistencia* de sus padres.

En tal sentido, el art. 5 de la Compilación de Derecho civil: *"1. El menor de edad, cumplidos los catorce años, aunque no esté emancipado, puede celebrar por sí toda clase de actos y contratos, con asistencia, en su caso, de uno cualquiera de sus padres, del tutor o de la Junta de Parientes. Los actos o contratos celebrados sin la debida asistencia serán anulables.*

*2. Cuando exista oposición de intereses por parte de uno solo de los padres, la asistencia será prestada por el otro. Si la oposición de intereses existe por parte de ambos progenitores o con el tutor, la asistencia será suplida por la Junta de Parientes.*

*3. El mayor de catorce años que, con beneplácito de sus padres o mediando justa causa, viva independiente de ellos, tendrá la libre administración de todos sus bienes"*

El estado civil de mayor de edad se obtiene, en el Derecho español, al cumplir los 18 años (según establecen tanto la Constitución española, como el Código civil). La mayoría de edad supone la adquisición de plena capacidad de obrar, de tal modo que la regla general es que los mayores pueden realizar todos los actos de la vida civil. Sin embargo, tal regla tiene ciertas excepciones, como –en lo que ahora interesa– las que suponen la emancipación y la incapacitación. La primera de esas situaciones supone que los menores que se hallen en ciertos casos y que, con carácter general, tengan dieciséis años, pueden también llevar a cabo ciertos actos o negocios jurídicos, aun con excepciones. La mejor síntesis de estos principios es la que contienen en el Código civil los siguientes artículos:

Art. 322:

*"El mayor de edad es capaz para todos los actos de la vida civil, salvo las excepciones establecidas en casos especiales por este Código".*

Art. 323:

*"La emancipación habilita al menor para regir su persona y bienes como si fuera mayor, pero hasta que llegue a la mayor edad no podrá el emancipado tomar dinero a préstamo, gravar o enajenar bienes inmuebles y establecimientos mercantiles o industriales u objetos de extraordinario valor sin consentimiento de sus padres y, a falta de ambos, sin el de su curador.*

*El menor emancipado podrá por sí solo comparecer en juicio.*

*Lo dispuesto en este artículo es aplicable también al menor que hubiere obtenido judicialmente el beneficio de la mayor edad".*

Art. 324:

*"Para que el casado menor de edad pueda enajenar o gravar bienes inmuebles, establecimientos mercantiles u objetos de extraordinario valor que sean comunes, basta si es mayor el otro cónyuge, el consentimiento de los dos; si también es menor, se necesitará, además, el de los padres o curadores de uno y otro".*

De lo expuesto resulta, por ejemplo, que un menor emancipado podrá vender bienes inmuebles, pero deberá contar con el consentimiento de sus padres o el del curador.

En cuanto a la incapacitación, supone una restricción a la capacidad de obrar, determinada por la existencia de enfermedades o deficiencias físicas o psíquicas que impiden a una persona para gobernarse por sí misma. La sentencia judicial que declara la incapacitación establece la extensión y límites de ésta y la forma de suplir o complementar la falta de capacidad del incapacitado (la tutela o la curatela). Esto es, a modo de ejemplo, que una persona incapacitada podrá comprar o vender una vivienda si tal acto contractual no ha sido excluido por la sentencia respecto de los que puede realizar por sí solo; de otro modo, si se tratase de un acto para el que carece de plena capacidad de obrar, debería realizarlo en su lugar el tutor, o bien se precisará un complemento de capacidad por parte del curador.

## 5. CONCEPTO, CARACTERES Y ELEMENTOS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN GENERAL. LA COMPRAVENTA DE VIVIENDA. CAPACIDAD PARA COMPRAR Y VENDER. LA COSA Y EL PRECIO. DOCUMENTACIÓN Y FORMALIDADES DE LA VENTA. LA ADQUISICIÓN DE LA PROPIEDAD. OBLIGACIONES DE LAS PARTES COMPRADORA Y VENDEDORA. LA LEY DE ORDENACIÓN DE LA EDIFICACIÓN

El contrato de compraventa en general es el más ampliamente regulado en el Código civil. Esa extensión no es accidental, o arbitraria, pues se explica por su importancia

tanto teórica como práctica, se trata de un *contrato de intercambio* muy frecuente. En el aspecto teórico o conceptual, dicha importancia debe ponerse en relación con la que tienen los contratos *onerosos* (aquellos que precisan de un intercambio de prestaciones), que son los más frecuentes en el tráfico jurídico-económico. Precisamente el llamado tipo o modelo de los contratos onerosos es la compraventa. Este carácter modélico significa que todos los demás contratos onerosos se inspiran de alguna manera en las mismas reglas que rigen en la compraventa, por ello el propio Código lo regula de una manera más extensa que otros contratos (dedicándole alrededor de ochenta artículos).

Otro dato que define la importancia de la compraventa, viene determinado porque se trata de un contrato *traslativo de dominio*, permite transmitir o adquirir el derecho de propiedad sobre las cosas, en la medida en que el vendedor pierde la propiedad de la cosa vendida y el comprador la adquiere. Esto que puede parecer muy simple tiene una explicación técnica en nuestro Derecho, que sigue el sistema de título y modo para la transmisión de la propiedad y los demás derechos reales sobre cosas.

## ■ CONCEPTO Y CARACTERES

El concepto del contrato de compraventa positivo o *legal*, en la medida en que lo suministra el propio legislador, es el que aparece en el art. 1445, primero a su vez de los que el Código dedica a este contrato: *"Por el contrato de compra y venta uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto, en dinero o signo que lo represente"*.

De tal concepto de la compraventa, resultan los siguientes caracteres del contrato:

- Es un contrato consensual: se perfecciona por el simple consentimiento, desde el momento en que hay acuerdo para intercambiar la cosa y el precio. Así el art. 1450 CC dispone: *"La venta se perfeccionará entre comprador y vendedor, y será obligatoria para ambos, si hubieren convenido en la cosa objeto del contrato, y en el precio, aunque ni la una ni el otro se hayan entregado"*. Aunque por otra parte debemos tener en cuenta que la *perfección* de los contratos es distinta de su *consumación*. La consumación del contrato de compraventa tendrá lugar en la fase de ejecución del contrato, cuando ambas partes realizan la prestación a que se comprometieron: en el caso de la vivienda, el vendedor la entrega y el comprador satisface la prestación convenida, paga el precio.
- En relación a lo expuesto, resulta que el contrato de compraventa de vivienda existirá, vinculando a las partes contratantes, desde que prestan su consentimiento, sin necesidad de ninguna otra formalidad o documentación. Entonces, ¿por qué es necesario documentar la venta de inmuebles en escritura pública, y proceder a su inscripción en el Registro de la Propiedad? Hay que aclarar que

una cosa es la eficacia de un contrato *entre las propias partes contratantes*, y otra la relativa a *terceras personas*, que no son parte en el contrato. En cuanto a los primeros, como ya he dicho, el contrato privado les vincula. Pero los terceros no están obligados a reconocer en todo caso dicho contrato, es decir, no les resulta oponible sin más, salvo que se rodee de ciertas formalidades complementarias que le proporcionan una especial eficacia (*heteroeficacia*).

- Esta realidad permite que puedan darse supuestos de doble venta, resueltos fundamentalmente en el art. 1473 CC:

*"Si una misma cosa se hubiese vendido a diferentes compradores, la propiedad se transferirá a la persona que primero haya tomado posesión de ella con buena fe, si fuere mueble.*

*Si fuere inmueble, la propiedad pertenecerá al adquirente que antes la haya inscrito en el Registro.*

*Cuando no haya inscripción, pertenecerá la propiedad a quien de buena fe sea primero en la posesión; y faltando ésta, a quien presente título de fecha más antigua, siempre que haya buena fe."*

- Es la compraventa un contrato bilateral, pues produce o de él surgen obligaciones recíprocas para ambas partes contratantes, compradora y vendedora (resulta más adecuado hablar de partes o posiciones, que de comprador y vendedor, ya que puede haber varios compradores o vendedores).
- Es un contrato oneroso, pues con él tiene lugar una atribución patrimonial a cambio de una contraprestación. Además, en la medida en que dicha contraprestación se halla normalmente prefijada por las partes, la compraventa es un contrato generalmente *conmutativo*: las prestaciones de las partes resultan determinadas desde el momento en que se perfecciona el contrato. Ello no impide, sin embargo, que haya determinadas modalidades de contrato de compraventa (como en la denominada "compraventa de esperanza", o la compraventa de cosas futuras que se celebre a riesgo del comprador) que tienen carácter *aleatorio*.
- Como antes ya he adelantado, otro de los caracteres de la compraventa es que se trata de un contrato traslativo de dominio, pues sirve de *título* para las transmisiones de la propiedad (*cf.* arts. 609, 1095 CC).

## ■ ELEMENTOS PERSONALES O SUJETOS DE LA COMPRAVENTA

Los sujetos del contrato de compraventa son las partes, compradora y vendedora. Pero, como sabemos, no todos pueden realizarlo, sino que es necesario de un lado gozar de capacidad de obrar, y de otro tener cierta capacidad específica para celebrar el contrato de compraventa. Ésta viene determinada por la ausencia de prohibiciones para comprar

o vender. En tal sentido, dispone el art. 1457 CC: *"Podrán celebrar el contrato de compra y venta todas las personas a quienes este Código autoriza para obligarse, salvo las modificaciones contenidas en los artículos siguientes".* Y el art. 1459: *"No podrán adquirir por compra, aunque sea en subasta pública o judicial, por sí ni por persona alguna intermedia:*

*1º. Los que desempeñen algún cargo tutelar, los bienes de la persona o personas que estén bajo su guarda o protección.*

*2º. Los mandatarios, los bienes de cuya administración o enajenación estuviesen encargados.*

*3º. Los albaceas, los bienes confiados a su cargo.*

*4º. Los empleados públicos, los bienes del Estado, de los Municipios, de los pueblos y de los establecimientos también públicos, de cuya administración estuviesen encargados.*

*Esta disposición regirá para los Jueces y peritos que de cualquier modo intervinieren en la venta.*

*5º. Los Magistrados, Jueces, individuos del Ministerio Fiscal, Secretarios de Tribunales y Juzgados y Oficiales de justicia, los bienes y derechos que estuviesen en litigio ante el Tribunal, en cuya jurisdicción o territorio ejercieran sus respectivas funciones, extendiéndose esta prohibición al acto de adquirir por cesión.*

*Se exceptuará de esta regla el caso en que se trate de acciones hereditarias entre coherederos, o de cesión en pago de créditos, o de garantía de los bienes que posean.*

*La prohibición contenida en este número 5º. comprenderá a los Abogados y Procuradores respecto a los bienes y derechos que fueren objeto de un litigio en que intervengan por su profesión y oficio".*

Hay ciertos casos en que los padres pueden vender los bienes de los hijos sometidos a su potestad: art. 166 CC, *"Los padres no podrán renunciar a los derechos de que los hijos sean titulares ni enajenar o gravar sus bienes inmuebles, establecimientos mercantiles o industriales, objetos preciosos y valores mobiliarios, salvo el derecho de suscripción preferente de acciones, sino por causas justificadas de utilidad o necesidad y previa la autorización del Juez del domicilio, con audiencia del Ministerio Fiscal.*

*Los padres deberán recabar autorización judicial para repudiar la herencia o legado deferidos al hijo. Si el Juez denegase la autorización, la herencia sólo podrá ser aceptada a beneficio de inventario.*

*No será necesaria autorización judicial si el menor hubiese cumplido dieciséis años y consintiere en documento público, ni para la enajenación de valores mobiliarios siempre que su importe se reinvierta en bienes o valores seguros".*

En cuanto a los tutores, pueden vender los bienes inmuebles de la persona sometida a su guarda, pero contando en todo caso con autorización judicial (cfr. art. 271.2 CC).

### ■ ELEMENTOS FORMALES DEL CONTRATO

El sistema formal que sigue el Código para la contratación no está exento de cierta complejidad, especialmente en lo que toca a la compraventa de inmuebles. Deben conciliarse varias reglas. De un lado la regla general de libertad de forma, contenida en el art. 1278 CC, y que permite que los contratos sean obligatorios cualquiera que sea la forma en que se hayan celebrado, siempre que concurren ciertos requisitos esenciales como el objeto, el consentimiento y la causa del contrato. Por excepción existen determinados contratos, denominados *formales o solemnes*, a los que debe dotarse para su existencia de determinadas formalidades (por ejemplo, la donación de bienes inmuebles, que debe documentarse en escritura pública). Por último existen en el Código algunas prescripciones en materia de forma (como las que aparecen en los arts. 1279 y 1280), pero cuya omisión no determina la *inexistencia* del contrato, sino la pérdida de alguna *utilidad*, como las facilidades en materia de prueba. Tal es el caso de la compraventa de inmuebles, que deberá formalizarse en documento público, pero la omisión de este formalismo solamente acarrea –ya que no la inexistencia del contrato– que resulte difícil acreditar su existencia y contenido, o que no pueda acceder al Registro de la Propiedad y en consecuencia no pueda perjudicar a terceros no contratantes.

### ■ LA ADQUISICIÓN DE LA PROPIEDAD

Una vez se ha perfeccionado el contrato mediante el consentimiento de las partes, y se realiza la entrega de la cosa vendida, el comprador se convierte en dueño de lo que adquiere. Esta situación que resulta la ordinaria en las compraventas, puede alterarse en algunos casos, como cuando existen *pactos de reserva de dominio*. El pacto de reserva de dominio supone que, por diversas razones (por lo general, asegurar el íntegro pago del precio por parte de comprador), el vendedor, aunque entregue la posesión de la cosa al comprador, se reserva durante algún tiempo o conserva la condición de dueño. El pacto de reserva de dominio es perfectamente aplicable a la compraventa de vivienda, o de inmuebles en general, aunque en tal caso suele resultar más ventajosa la garantía hipotecaria.

### ■ OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Es necesario tener presente que nuestro sistema de la contratación (cfr. art. 1255 CC) reconoce la libertad de los contratantes, dentro de los límites que imponen las leyes, la

moral o el orden público, para establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente; luego las obligaciones de las partes, en un contrato de compraventa, serán concretamente las que hayan establecido. En su defecto, es cuando entran en juego las previsiones legales, que son las que, muy en síntesis, voy a exponer.

En relación a la regla de la preferencia del pacto, el art. 1455 CC establece que los gastos de otorgamiento de la escritura de compraventa son de cuenta del vendedor y los gastos de la primera copia de la escritura son de cuenta del comprador<sup>2</sup>. Es decir, salvo pacto en contrario, los gastos notariales (en general los que conlleve el otorgamiento de la escritura) deben ser satisfechos por el vendedor, y los posteriores (como los de inscripción en el Registro), incluida la expedición de primera copia notarial, por el comprador. En cuanto al fedatario, no puede ser impuesto por una parte a la otra, y puede elegirse a cualquier notario para formalizar la escritura de venta.

## ■ OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

En lo que toca al vendedor éste está obligado a conservar diligentemente la cosa vendida, hasta que sea entregada al comprador. Debe también proceder a la entrega o puesta a disposición del comprador, en el mismo estado en que se hallaba al perfeccionar el contrato (*cf.* art. 1468 CC). Pero esta obligación no le será exigible en los casos señalados en los arts. 1466 y 1467:

Art. 1466: *"El vendedor no estará obligado a entregar la cosa vendida, si el comprador no le ha pagado el precio o no se ha señalado en el contrato un plazo para el pago"*.

Art. 1467: *"Tampoco tendrá obligación el vendedor de entregar la cosa vendida cuando se haya convenido en un aplazamiento o término para el pago, si después de la venta se descubre que el comprador es insolvente, de tal suerte que el vendedor corre inminente riesgo de perder el precio. Se exceptúa de esta regla el caso en que el comprador afiance pagar en el plazo convenido"*.

Pesan igualmente sobre el vendedor las obligaciones de saneamiento, por evicción, y vicios o gravámenes ocultos.

---

2 No me refiero ahora a otros gastos distintos de los de otorgamiento o inscripción. Por supuesto tén-gase en cuenta que la inscripción en el Registro no se admitirá si previamente no se han satisfecho los impuestos correspondientes, que varían dependiendo de si la vivienda es nueva o se trata de transmisiones posteriores. La inscripción en el Catastro es gratuita. El importe total de los gastos que, por diferentes conceptos debe satisfacer el comprador, varían en función del caso concreto; no obstante puede ser útil una regla relativa: el total de gastos no suele andar muy lejos del diez por ciento del precio de compra de la vivienda.

El art. 1475 señala que *"Tendrá lugar la evicción cuando se prive al comprador, por sentencia firme y en virtud de un derecho anterior a la compra, de todo o parte de la cosa comprada.*

*El vendedor responderá de la evicción aunque nada se haya expresado en el contrato.*

*Los contratantes, sin embargo, podrán aumentar, disminuir o suprimir esta obligación legal del vendedor".*

Los efectos de la evicción se concretan en los artículos siguientes:

Art. 1477: *"Cuando el comprador hubiese renunciado el derecho al saneamiento para el caso de evicción, llegado que sea éste, deberá el vendedor entregar únicamente el precio que tuviere la cosa vendida al tiempo de la evicción, a no ser que el comprador hubiese hecho la renuncia con conocimiento de los riesgos de la evicción y sometiéndose a sus consecuencias".*

Art. 1478: *"Cuando se haya estipulado el saneamiento o cuando nada se haya pactado sobre este punto, si la evicción se ha realizado, tendrá el comprador derecho a exigir del vendedor:*

- 1º. La restitución del precio que tuviere la cosa vendida al tiempo de la evicción, ya sea mayor o menor que el de la venta.*
- 2º. Los frutos o rendimientos, si se le hubiere condenado a entregarlos al que le haya vencido en juicio.*
- 3º. Las costas del pleito que haya motivado la evicción, y, en su caso, las del seguido con el vendedor para el saneamiento.*
- 4º. Los gastos del contrato, si los hubiese pagado el comprador.*
- 5º. Los daños e intereses y los gastos voluntarios o de puro recreo u ornato, si se vendió de mala fe".*

Art. 1479: *"Si el comprador perdiere, por efecto de la evicción, una parte de la cosa vendida de tal importancia con relación al todo que sin dicha parte no la hubiera comprado, podrá exigir la rescisión del contrato; pero con la obligación de devolver la cosa sin más gravámenes que los que tuviese al adquirirla.*

*Esto mismo se observará cuando se vendiesen dos o más cosas conjuntamente por un precio alzado, o particular para cada una de ellas, si constase claramente que el comprador no habría comprado la una sin la otra".*

En cuanto a la existencia de defectos ocultos, se trata de aquellos que no son manifiestos, o no están a la vista, salvo que el comprador deba percibirlos fácilmente por ser perito en la materia. En esta situación, si los vicios hacen impropia la cosa para el uso a que se la destina, o disminuyen de tal modo este uso que –de haberlos conocido el



comprador– no habría adquirido la cosa o hubiera pagado menos precio por ella, existen dos alternativas (*cf.* art. 1486)<sup>3</sup>:

- Dejar sin efecto el contrato (acción *redhibitoria*), desistir, restituyendo el comprador la cosa, y el vendedor el precio, los gastos del contrato satisfechos por el comprador, e indemnizando a éste daños y perjuicios si hubiera mala fe.
- Pedir una rebaja proporcional del precio, determinada a juicio de peritos (acción *estimatoria o quanti minoris*).

Me remito ahora a las páginas finales de esta exposición, en cuanto al tratamiento particular de la responsabilidad por vicios constructivos, o por ruina en la Ley de Ordenación de la Edificación.

Volviendo a la cuestión general de la responsabilidad del vendedor por saneamiento, falta por examinar el supuesto de los gravámenes ocultos. Éstos son limitaciones jurídicas que pesan sobre la cosa comprada, desconocidas para el comprador, que ni son aparentes, ni su existencia viene impuesta por una norma jurídica que deba ser conocida por él. Las consecuencias que comportan para el vendedor son que, durante el plazo de un año desde el otorgamiento de la escritura de venta, el comprador puede optar por el desistimiento del contrato (si debe presumirse que la cosa no habría sido comprada, de haber conocido la existencia del gravamen), o por recibir una indemnización; además, dentro del año siguiente al descubrimiento del gravamen, el comprador puede solicitar una indemnización.

## ■ OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

Evidentemente la principal de las obligaciones del comprador es la de pagar el precio convenido, en los términos del art. 1500 CC: *"El comprador está obligado a pagar el precio de la cosa vendida en el tiempo y lugar fijados por el contrato.*

*Si no se hubieren fijado, deberá hacerse el pago en el tiempo y lugar en que se haga la entrega de la cosa vendida".*

Como regla general, la obligación de pago no conlleva intereses. La excepción ocurre cuando ya se haya pactado así, o cuando la cosa vendida produce frutos o renta, o si el comprador se retrasa en el pago (*cf.* art. 1501).

En cuanto al tiempo en que se puede exigir el pago, en general es de 15 años contados desde la perfección del contrato.

El pago puede asegurarse pactando las partes determinadas garantías: el pacto de reserva de hipoteca, el pacto de reserva de dominio, o la condición resolutoria expresa, la

---

3 Si la cosa que padece los vicios ocultos se destruye, *vid.* arts. 1487 y 1488 CC.

fianza, o la cláusula penal... Además es la propia ley la que en algunos casos garantiza el pago, dependiendo de si la entrega de la cosa se ha realizado ya (art. 1503), o todavía no ha tenido lugar (art. 1467).

## ■ LA LEY DE ORDENACIÓN DE LA EDIFICACIÓN

En relación a los vicios ocultos de la cosa comprada, además de las normas generales que he tenido ocasión de exponer (dentro del apartado dedicado a las obligaciones de las partes), deben tenerse en cuenta varios tipos de disposiciones legales que son específicas para los defectos en la construcción de las viviendas<sup>4</sup>, y que se encuentran tanto en el Código civil, como en la Ley de Ordenación de la Edificación.

En cuanto al Código, el artículo 1591 del Código Civil contenía el régimen que fue derogado el 6 de mayo del año 2000, cuando entró en vigor la Ley de Ordenación de la Edificación de 5 de noviembre de 1999. Tal Ley se aplicará a las obras de nueva construcción y a obras en los edificios existentes, para cuyos proyectos se solicite la correspondiente licencia de edificación a partir de su entrada en vigor (*cf.* Disposición Transitoria 1ª). Dicho de otro modo, la responsabilidad en que incurran los constructores y otras personas que participen en los procesos constructivos, respecto de edificios ya construidos, seguirá determinándose con arreglo al art. 1591. Aquí se establecen plazos decenales, desde la terminación del edificio, para concretar la responsabilidad del constructor y de los directores técnicos de la obra, y un plazo quincenal en cuanto a las responsabilidades por incumplimiento de las condiciones de la obra establecidas en el contrato.

Art. 1591: *"El contratista de un edificio que se arruinase por vicios de la construcción, responde de los daños y perjuicios si la ruina tuviere lugar dentro de diez años, contados desde que concluyó la construcción; igual responsabilidad, y por el mismo tiempo, tendrá el arquitecto que la dirigiere, si se debe la ruina a vicio del suelo o de la dirección.*

*Si la causa fuere la falta del contratista, la acción de indemnización durará quince años."*

Conviene realizar algunas matizaciones o comentarios adicionales a tal artículo.

---

4 Se trata, como se verá, de especialidades que modalizan enteramente el régimen ordinario de la compraventa, incluso en relación a los plazos en que deben alegarse los vicios, ya que, para la compraventa en general el plazo de prescripción de las acciones por vicios ocultos es de seis meses contados desde la entrega (*cf.* art. 1490 CC).

Adviértase que algunos artículos de los que se citarán se refieren literalmente a la ruina de edificios, pero en realidad se trata –como ha aclarado con frecuencia el Tribunal Supremo– de un concepto amplio, que acoge los vicios constructivos, la ruina material, y también en sentido funcional.

1. En primer lugar, la doctrina advierte que dicho artículo 1591 –pese a su literalidad– se aplica a la responsabilidad por los defectos o por ruina de obras en general, aunque el CC hable de edificios.
2. El art. en cuestión debe ser completado con el art. 1596 CC, que hace también responsable al contratista por las personas que él emplee.
3. En cuanto al concepto de ruina o vicio ruinógeno, es muy abundante la doctrina (incluso jurisprudencial) que trata de aclararlo. El concepto de ruina va más allá de su significado semántico, pues no sólo se entiende por tal la destrucción o derrumbamiento de una obra o edificación, sino que también se considera como ruina la denominada "ruina funcional", es decir aquellos defectos que aunque no provoquen la destrucción de la obra sí la hacen menos valiosa, o inútil, o se trata de vicios que por exceder de los defectos corrientes suponen una violación del contrato por parte del constructor.
4. La legitimación activa para reclamar responsabilidades, la tiene el propietario de la obra. El TS reconoce legitimación a los ulteriores adquirentes del propietario (puesto que advierte que la responsabilidad por ruina es el resultado de una acción protectora de la propiedad que se transmite juntamente con ésta, es decir, no tiene un carácter estrictamente personal que la vincule al propietario). En cuanto al demandado o legitimado pasivamente, el Código alude sólo al contratista y al arquitecto (término que no puede referirse únicamente a quien tenga la correspondiente titulación, sino a quien dirige técnicamente la ejecución de la obra). Pero estos profesionales no son los únicos que hoy en día intervienen en los procesos constructivos. Así el TS admite que también pueden ser demandados los promotores inmobiliarios, los aparejadores y demás personal técnico, los subcontratistas, etc. Por otra parte, como con frecuencia es imposible determinar inicialmente a quién debe imputarse la ruina, el TS permite demandar solidariamente a todas las personas que intervienen en la ejecución de la obra, mientras no se pueda individualizar su respectiva responsabilidad<sup>5</sup>.
5. Cada parte deberá demostrar los hechos en que funda su derecho: *onus probandi incumbit ei qui dicit...* Pero para facilitar la responsabilidad por ruina, el TS establece una presunción *iuris tantum*, mediante la cual se produce una inversión de la carga de la prueba: así se puede afirmar que *si la obra se arruinó, es por defectos en la construcción*. Lo que lleva a los sujetos responsables a tener que probar que la ruina no les es imputable.

---

5 Lo que en la práctica supone que cada gremio de la construcción está obligado a poner de manifiesto los defectos que haya podido apreciar en la ejecución de otros profesionales.

6. Plazos de reclamación de la responsabilidad del contratista. El art. 1591, establece una serie de plazos, de 10 o 15 años; en cuanto al de 15 años, el segundo párrafo del artículo señala claramente que la acción contractual en contra del contratista puede ejercitarse dentro de los quince años desde que se concluyó la construcción.

Pero la doctrina mayoritaria entiende que el plazo de 10 años a que hace referencia el párrafo primero del 1591, es un plazo de garantía (no de caducidad o de prescripción), es decir, la ruina debe descubrirse en los 10 años siguientes a la conclusión de la obra, a partir de este plazo podrá ejercitarse la acción de reclamación correspondiente. Lo que plantea a su vez la cuestión del plazo de ejercicio de la acción. A este respecto no hay un criterio claro, pero caben dos posturas fundamentalmente:

- Según algunos autores, sostienen que la responsabilidad del art. 1591 es extracontractual, de tal manera que el plazo de ejercicio de la acción para reclamarla será de 1 año desde el descubrimiento del vicio (*cf.* art. 1968 CC).
- Otros en cambio advierten que en modo alguno se trata de una responsabilidad extracontractual, sino plenamente contractual, que tendrá que reclamarse en el plazo de 15 años (*cf.* art. 1964 CC, plazo general para el ejercicio de las acciones que no tengan término propio de prescripción).

La Ley de la Edificación ha tratado de subsanar las deficiencias que, en materia de responsabilidad por ruina o defectos constructivos, presentaba el régimen del Código civil. Al tiempo que introduce algunas importantes novedades, como las relativas a la existencia obligatoria de determinados seguros con que, como garantía para los propietarios de las viviendas, los responsables puedan hacer frente a los correspondientes gastos.

La Ley hace responsables a las personas físicas o jurídicas que intervengan en la edificación frente a los propietarios o terceros adquirentes de un edificio o de parte del mismo, durante los siguientes plazos (que son *plazos de garantía*, es decir, dentro de los cuales debe descubrirse el vicio):

- a) Durante diez años, de los daños materiales causados en el edificio por vicios o defectos que afecten a la cimentación, los soportes, las vigas, los forjados, los muros de carga u otros elementos estructurales, y que comprometan directamente la resistencia mecánica y la estabilidad del edificio.
- b) Durante tres años, de los daños materiales causados en el edificio por vicios o defectos de los elementos constructivos o de las instalaciones que ocasionen el incumplimiento de los requisitos de habitabilidad establecidos en la misma Ley.

- c) Durante un año, responderá únicamente el constructor de los daños materiales por vicios o defectos de ejecución que afecten a elementos de terminación o acabado de las obras.

El comienzo del cómputo de los referidos plazos de garantía tiene lugar desde la fecha de recepción de la obra, sin reservas o desde la subsanación de éstas (*cfr.* art. 17.1 de la LOE).

El propietario tiene que exigir responsabilidades dentro de ciertos plazos (plazos de prescripción de acciones, *cfr.* art. 18 LOE): la acción prescribirá en un plazo de dos años desde que se produzcan los daños por defectuosa construcción<sup>6</sup>.

Tampoco puedo dejar de referir, entre las novedades que ha supuesto la Ley de Ordenación de la Edificación, que proporciona definiciones de la actividad profesional de determinadas personas que intervienen en la construcción de una edificación, al efecto de poder imputarles responsabilidad. Téngase en cuenta al mismo tiempo que los actos por los que se puede reclamar responsabilidad son aquellos que han sido realizados al amparo de la titulación habilitante de cada profesional.

Como ya he dicho los sujetos responsables pueden ser tanto personas físicas como jurídicas (los *agentes de la edificación*, *cfr.* art. 18 LOE):

*Artículo 10. El proyectista.*

*1. El proyectista es el agente que, por encargo del promotor y con sujeción a la normativa técnica y urbanística correspondiente, redacta el proyecto.*

*Podrán redactar proyectos parciales del proyecto, o partes que lo complementen, otros técnicos, de forma coordinada con el autor de éste.*

*Cuando el proyecto se desarrolle o complete mediante proyectos parciales u otros documentos técnicos según lo previsto en el apartado 2 del artículo 4 de esta Ley, cada proyectista asumirá la titularidad de su proyecto.*

*2. Son obligaciones del proyectista:*

*a) Estar en posesión de la titulación académica y profesional habilitante de arquitecto, arquitecto técnico, ingeniero o ingeniero técnico, según corresponda, y cumplir las condiciones exigibles para el ejercicio de la profesión. En caso de personas jurídicas, designar al técnico redactor del proyecto que tenga la titulación profesional habilitante.*

---

<sup>6</sup> Además admite un plazo de dos años también para ejercitar la acción de repetición (del que resulte condenado a la reparación contra los que a su vez considere verdaderos responsables) en las condiciones que regula la Ley.

*Cuando el proyecto a realizar tenga por objeto la construcción de edificios para los usos indicados en el grupo a) del apartado 1 del artículo 2, la titulación académica y profesional habilitante será la de arquitecto.*

*Cuando el proyecto a realizar tenga por objeto la construcción de edificios para los usos indicados en el grupo b) del apartado 1 del artículo 2, la titulación académica y profesional habilitante, con carácter general, será la de ingeniero, ingeniero técnico o arquitecto y vendrá determinada por las disposiciones legales vigentes para cada profesión, de acuerdo con sus respectivas especialidades y competencias específicas.*

*Cuando el proyecto a realizar tenga por objeto la construcción de edificios comprendidos en el grupo c) del apartado 1 del artículo 2, la titulación académica y profesional habilitante será la de arquitecto, arquitecto técnico, ingeniero o ingeniero técnico y vendrá determinada por las disposiciones legales vigentes para cada profesión, de acuerdo con sus especialidades y competencias específicas.*

*Idénticos criterios se seguirán respecto de los proyectos de obras a las que se refieren los apartados 2.b) y 2.c) del artículo 2 de esta Ley.*

*En todo caso y para todos los grupos, en los aspectos concretos correspondientes a sus especialidades y competencias específicas, y en particular respecto de los elementos complementarios a que se refiere el apartado 3 del artículo 2, podrán asimismo intervenir otros técnicos titulados del ámbito de la arquitectura o de la ingeniería, suscribiendo los trabajos por ellos realizados y coordinados por el proyectista. Dichas intervenciones especializadas serán preceptivas si así lo establece la disposición legal reguladora del sector de actividad de que se trate.*

*b) Redactar el proyecto con sujeción a la normativa vigente y a lo que se haya establecido en el contrato y entregarlo, con los visados que en su caso fueran preceptivos.*

*c) Acordar, en su caso, con el promotor la contratación de colaboraciones parciales.*

#### *Artículo 11. El constructor.*

*1. El constructor es el agente que asume, contractualmente ante el promotor, el compromiso de ejecutar con medios humanos y materiales, propios o ajenos, las obras o parte de las mismas con sujeción al proyecto y al contrato.*

*2. Son obligaciones del constructor:*

*a) Ejecutar la obra con sujeción al proyecto, a la legislación aplicable y a las instrucciones del director de obra y del director de la ejecución de la obra, a fin de alcanzar la calidad exigida en el proyecto.*

- b) Tener la titulación o capacitación profesional que habilita para el cumplimiento de las condiciones exigibles para actuar como constructor.*
- c) Designar al jefe de obra que asumirá la representación técnica del constructor en la obra y que por su titulación o experiencia deberá tener la capacitación adecuada de acuerdo con las características y la complejidad de la obra.*
- d) Asignar a la obra los medios humanos y materiales que su importancia requiera.*
- e) Formalizar las subcontrataciones de determinadas partes o instalaciones de la obra dentro de los límites establecidos en el contrato.*
- f) Firmar el acta de replanteo o de comienzo y el acta de recepción de la obra.*
- g) Facilitar al director de obra los datos necesarios para la elaboración de la documentación de la obra ejecutada.*
- h) Suscribir las garantías previstas en el artículo 19.*

*Artículo 12. El director de obra.*

*1. El director de obra es el agente que, formando parte de la dirección facultativa, dirige el desarrollo de la obra en los aspectos técnicos, estéticos, urbanísticos y medioambientales, de conformidad con el proyecto que la define, la licencia de edificación y demás autorizaciones preceptivas y las condiciones del contrato, con el objeto de asegurar su adecuación al fin propuesto.*

*2. Podrán dirigir las obras de los proyectos parciales otros técnicos, bajo la coordinación del director de obra.*

*3. Son obligaciones del director de obra:*

*a) Estar en posesión de la titulación académica y profesional habilitante de arquitecto, arquitecto técnico, ingeniero o ingeniero técnico, según corresponda y cumplir las condiciones exigibles para el ejercicio de la profesión. En caso de personas jurídicas, designar al técnico director de obra que tenga la titulación profesional habilitante.*

*En el caso de la construcción de edificios para los usos indicados en el grupo a) del apartado 1 del artículo 2, la titulación académica y profesional habilitante será la de arquitecto.*

*Cuando las obras a realizar tengan por objeto la construcción de las edificaciones indicadas en el grupo b) del apartado 1 del artículo 2, la titulación habilitante, con carácter general, será la de ingeniero, ingeniero técnico o arquitecto y vendrá determinada por las disposiciones legales vigentes para cada profesión, de acuerdo con sus especialidades y competencias específicas.*

*Cuando las obras a realizar tengan por objeto la construcción de las edificaciones indicadas en el grupo c) del apartado 1 del artículo 2, la titulación habilitante será la de arquitecto, arquitecto técnico, ingeniero o ingeniero técnico y vendrá determinada por las disposiciones legales vigentes para cada profesión, de acuerdo con sus especialidades y competencias específicas.*

*Idénticos criterios se seguirán respecto de las obras a las que se refieren los apartados 2.b) y 2.c) del artículo 2 de esta Ley.*

*b) Verificar el replanteo y la adecuación de la cimentación y de la estructura proyectadas a las características geotécnicas del terreno.*

*c) Resolver las contingencias que se produzcan en la obra y consignar en el Libro de Órdenes y Asistencias las instrucciones precisas para la correcta interpretación del proyecto.*

*d) Elaborar, a requerimiento del promotor o con su conformidad, eventuales modificaciones del proyecto, que vengan exigidas por la marcha de la obra siempre que las mismas se adapten a las disposiciones normativas contempladas y observadas en la redacción del proyecto.*

*e) Suscribir el acta de replanteo o de comienzo de obra y el certificado final de obra, así como conformar las certificaciones parciales y la liquidación final de las unidades de obra ejecutadas, con los visados que en su caso fueran preceptivos.*

*f) Elaborar y suscribir la documentación de la obra ejecutada para entregarla al promotor, con los visados que en su caso fueran preceptivos.*

*g) Las relacionadas en el artículo 13, en aquellos casos en los que el director de la obra y el director de la ejecución de la obra sea el mismo profesional, si fuera ésta la opción elegida, de conformidad con lo previsto en el apartado 2.a) del artículo 13.*

*Artículo 13. El director de la ejecución de la obra.*

*1. El director de la ejecución de la obra es el agente que, formando parte de la dirección facultativa, asume la función técnica de dirigir la ejecución material de la obra y de controlar cualitativa y cuantitativamente la construcción y la calidad de lo edificado.*

*2. Son obligaciones del director de la ejecución de la obra:*

*a) Estar en posesión de la titulación académica y profesional habilitante y cumplir las condiciones exigibles para el ejercicio de la profesión. En caso de personas jurídicas, designar al técnico director de la ejecución de la obra que tenga la titulación profesional habilitante.*



*Cuando las obras a realizar tengan por objeto la construcción de edificios para los usos indicados en el grupo a) del apartado 1 del artículo 2, la titulación académica y profesional habilitante será la de arquitecto técnico.*

*Será ésta, asimismo, la titulación habilitante para las obras del grupo b) que fueran dirigidas por arquitectos.*

*En los demás casos la dirección de la ejecución de la obra puede ser desempeñada, indistintamente, por profesionales con la titulación de arquitecto, arquitecto técnico, ingeniero o ingeniero técnico.*

*b) Verificar la recepción en obra de los productos de construcción, ordenando la realización de ensayos y pruebas precisas.*

*c) Dirigir la ejecución material de la obra comprobando los replanteos, los materiales, la correcta ejecución y disposición de los elementos constructivos y de las instalaciones, de acuerdo con el proyecto y con las instrucciones del director de obra.*

*d) Consignar en el Libro de Órdenes y Asistencias las instrucciones precisas.*

*e) Suscribir el acta de replanteo o de comienzo de obra y el certificado final de obra, así como elaborar y suscribir las certificaciones parciales y la liquidación final de las unidades de obra ejecutadas.*

*f) Colaborar con los restantes agentes en la elaboración de la documentación de la obra ejecutada, aportando los resultados del control realizado.*

*Artículo 14. Las entidades y los laboratorios de control de calidad de la edificación.*

*1. Son entidades de control de calidad de la edificación aquéllas capacitadas para prestar asistencia técnica en la verificación de la calidad del proyecto, de los materiales y de la ejecución de la obra y sus instalaciones de acuerdo con el proyecto y la normativa aplicable.*

*2. Son laboratorios de ensayos para el control de calidad de la edificación los capacitados para prestar asistencia técnica, mediante la realización de ensayos o pruebas de servicio de los materiales, sistemas o instalaciones de una obra de edificación.*

*3. Son obligaciones de las entidades y de los laboratorios de control de calidad:*

*a) Prestar asistencia técnica y entregar los resultados de su actividad al agente autor del encargo y, en todo caso, al director de la ejecución de las obras.*

*b) Justificar la capacidad suficiente de medios materiales y humanos necesarios para realizar adecuadamente los trabajos contratados, en su caso, a través de la co-*

*responsable acreditación oficial otorgada por las Comunidades Autónomas con competencia en la materia.*

*Artículo 15. Los suministradores de productos.*

*1. Se consideran suministradores de productos los fabricantes, almacenistas, importadores o vendedores de productos de construcción.*

*2. Se entiende por producto de construcción aquel que se fabrica para su incorporación permanente en una obra incluyendo materiales, elementos semielaborados, componentes y obras o parte de las mismas, tanto terminadas como en proceso de ejecución.*

*3. Son obligaciones del suministrador:*

*a) Realizar las entregas de los productos de acuerdo con las especificaciones del pedido, respondiendo de su origen, identidad y calidad, así como del cumplimiento de las exigencias que, en su caso, establezca la normativa técnica aplicable.*

*b) Facilitar, cuando proceda, las instrucciones de uso y mantenimiento de los productos suministrados, así como las garantías de calidad correspondientes, para su inclusión en la documentación de la obra ejecutada.*

*Artículo 16. Los propietarios y los usuarios.*

*1. Son obligaciones de los propietarios conservar en buen estado la edificación mediante un adecuado uso y mantenimiento, así como recibir, conservar y transmitir la documentación de la obra ejecutada y los seguros y garantías con que ésta cuente.*

*2. Son obligaciones de los usuarios, sean o no propietarios, la utilización adecuada de los edificios o de parte de los mismos de conformidad con las instrucciones de uso y mantenimiento, contenidas en la documentación de la obra ejecutada.*

# El contrato de seguro

José María Mata de Antonio  
Departamento de Derecho Privado. Universidad de Zaragoza

## PROGRAMA:

1. Cuestión previa. El seguro y los consumidores.
2. El contrato de seguro.
  - Introducción
    - historia
    - necesidad de cobertura de riesgos
    - reparto del riesgo
    - entidades mutuas y sociedades
    - seguridad social y seguridad privada
    - intervención estatal
  - Concepto
  - Elementos
    - personales
      - asegurador
      - asegurado
      - tomador
      - perjudicado
      - beneficiario
      - obligaciones de las partes
        - tomador
          - pagar la prima
          - impago: posibilidad de resolver
          - declarar datos



comunicar siniestro  
medidas para aminorar siniestro  
asegurador  
indemnizar  
regla proporcional infraseguro  
retraso: intereses y recargos  
subrogación

- reales: prima
  - única
  - periódica
  - indivisible
  - pago anticipado
- causales: riesgo
  - previsibilidad del evento
  - especialidad - riesgo asegurado
  - riesgo real
  - riesgos no asegurables
    - por razones jurídicas
    - ilícitos
    - por razones técnicas
    - riesgos catastróficos
    - guerras, terremotos, etc.
    - Consortio
  - descripción del riesgo
    - obligación del tomador
    - consecuencias de su falta
- Caracteres
  - consensual
  - sinalagmático
  - oneroso
  - de tracto sucesivo
  - aleatorio
- Forma
  - la póliza
    - concepto
    - requisitos
    - pólizas flotantes o de abono
  - otros documentos

- propuesta
- nota de cobertura provisional
- apéndice
- certificado de seguro (pólizas flotantes)
- Objeto
  - interés
    - valor económico
    - valor de interés y suma asegurada
      - seguro pleno
      - sobreseguro
      - infraseguro
      - a primer riesgo
    - seguro múltiple
    - seguro doble
    - coaseguro

### 3. Regulación

- Código Civil
- Código de Comercio
- Ley de Contrato de Seguro de 8-10-1980
- Otra normativa específica
- Otra normativa concordante

### 4. Mediación

- Concepto
- Clases
  - agente afecto
  - corredor
- Requisitos

### 5. Tipología del seguro

- Distintas clasificaciones
  - según el modo de determinar indemnización
    - objetiva
    - subjetiva
  - según el objeto
    - sobre las cosas
    - sobre el patrimonio
    - sobre las personas

- clasificación legal
  - seguros contra daños
    - incendio
    - robo
    - transportes terrestres
    - lucro cesante
    - caución
    - crédito
    - responsabilidad civil
    - reaseguro
  - seguros agrarios
    - agrícolas
    - pecuarios
    - forestales
  - seguro de defensa jurídica
  - seguro de responsabilidad nuclear
  - seguros de vida
    - tipos
    - requisitos
    - exclusiones
    - beneficiario
    - reducción
    - rescate
  - seguro de accidentes
  - seguro de enfermedad
- seguros obligatorios
- planes y fondos de pensiones

## 6. El siniestro

- Concepto
- Obligaciones de las partes
- Solución amistosa
- Intervención judicial
- Baremos

## 7. Otras cuestiones concretas

- Defensor del asegurado
- Arbitraje

## BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ LATA, NATALIA et alt. (1998). Normas reguladoras de la responsabilidad civil. Granada: Comares.
- ARBUÉS SALAZAR, JUAN JOSÉ y LABRADOR BERNAD, JESÚS (1998). El seguro de responsabilidad civil por daños al medio ambiente: el pool español de riesgos medioambientales. Madrid: Dykinson.
- ASO ESCARIO, JOSÉ y COBO PLANA, JUAN ANTONIO (1998). Valoración de las lesiones causadas a las personas en accidentes de circulación. Barcelona: Masson.
- ATIENZA NAVARRO, MARÍA LUISA (2000). La responsabilidad civil por los hechos dañosos de los alumnos menores de edad. Granada: Comares.
- BARRÓN DE BENITO, JOSÉ LUIS (1999). Condiciones generales de la contratación y contrato de seguro. Madrid: Dykinson.
- BATALLER GRAU, JUAN et alt. (1999). El contrato de seguro en la Jurisprudencia del Tribunal Supremo. Valencia: Tirant lo blanch.
- BEADES MARTÍN, IGOR (1999). Comentarios al reglamento de la Ley del seguro de 1995. Madrid: Edersa.
- BLANCO GIRALDO, FERNANDO LUIS (1999). La Ley de contrato de seguro en la jurisprudencia y en la doctrina judicial. Madrid: Dykinson.
- BOLDÓ RODA, CARMEN (1998). El beneficiario en el seguro de vida. Barcelona: José María Bosch.
- CABALLERO SÁNCHEZ, ERNESTO (1997). El consumidor de seguros: protección y defensa. Madrid: Mapfre.
- CARRASCO GÓMEZ, JUAN JOSÉ (1998). Responsabilidad médica y psiquiatría. Madrid: Colex.
- CRIADO DEL RÍO, MARÍA TERESA (1999). Valoración médico-legal del daño a la persona. Madrid: Colex.
- DE ÁNGEL YÁGÜEZ, RICARDO (1999). Responsabilidad civil por actos médicos. Madrid: Civitas.
- DE ANGULO RODRÍGUEZ, LUIS et alt. (2001). Comentarios al reglamento sobre responsabilidad civil y seguro en la circulación de vehículos a motor. Barcelona: Atelier.
- FERNÁNDEZ ENTRALGO, JESÚS (2001). La valoración del daño corporal en hechos de la circulación. Madrid: Dykinson.
- FRADES DE LA FUENTE, EVA (1999). La responsabilidad profesional frente a terceros por consejos negligentes. Madrid: Dykinson.

- FUENTES CAMACHO, VÍCTOR (1999). Los contratos de seguro y el Derecho Internacional Privado en la Unión Europea. Madrid: Civitas.
- GÁLILEA PUIG, JOSÉ MARÍA (2001). Cómo contratar un seguro. Barcelona: Plaza y Janés.
- GÓMEZ PAVÓN, PILAR (1997). Tratamientos médicos: su responsabilidad penal y civil. Barcelona: Bosch.
- GUARDIOLA LOZANO, ANTONIO (2001). Manual de introducción al seguro. Madrid: Mapfre.
- HERNÁNDEZ MORENO, ALFONSO (Dir.) (1998). Contrato de seguro: exclusión de cobertura y cláusulas limitativas. Barcelona: Cedes.
- JIMÉNEZ LIÉBANA, DOMINGO (1998). Responsabilidad civil: daños causados por productos defectuosos. Madrid: McGraw Hill.
- LA CASA GARCÍA, RAFAEL (2000). Contrato de seguro y previsión social complementaria en el ámbito laboral. Madrid: Mapfre.
- MACIÁ GÓMEZ, RAMÓN (1996). Delitos y faltas relacionados con la circulación de vehículos a motor en el Código Penal de 1995. Barcelona: Cedes.
- MARTÍNEZ CALCERRADA, LUIS (1996). La responsabilidad civil profesional. Madrid: Colex.
- MARTÍNEZ-PEREDA RODRÍGUEZ, JOSÉ MANUEL (1997). La cirugía estética y su responsabilidad. Granada: Comares.
- MUÑOZ CONDE, FRANCISCO y GARCÍA ARÁN, MERCEDES (2002). Derecho penal. Parte General. Valencia: Tirant lo blanch.
- PERÁN ORTEGA, JUAN (1998). La responsabilidad civil y su seguro. Madrid: Tecnos.
- PINTOS AGER, JESÚS (2000). Baremos, seguros y derecho de daños. Madrid: Civitas.
- PONS GARRIGA, ANTONIO (1998). La rescisión del contrato de seguro. Madrid: Dykinson.
- ROGEL VILDE, CARLOS (1977). La responsabilidad civil extracontractual en el derecho español. Madrid: Cívitas.
- URÍA, RODRIGO (2001). Derecho mercantil. Madrid: Marcial Pons.
- VÁZQUEZ BONOME, ANTONIO (1990). La responsabilidad profesional del graduado social. Valladolid: Lex Nova.



# Los elementos normativos básicos para la defensa jurídica de los usuarios de operaciones y servicios bancarios en España



Pedro José Bueso Guillén

Departamento de Derecho de la Empresa. Universidad de Zaragoza

## A) Cuestiones generales

### 1. Las operaciones bancarias en general.

#### 1.1. El problema del concepto general de la operación bancaria.

Doctrina tradicional + dos aproximaciones:

- a) Subjetiva
- b) Objetiva

+ Aproximación correctora:

- c) Funcional: Aquélla a través de la cual se materializa la función de intermediación en el crédito indirecto ≠ intermediación habitual y en forma organizada en el crédito indirecto.

#### 1.2. Clasificación de las operaciones bancarias

- a) Operaciones bancarias activas.
- b) Operaciones bancarias pasivas.  
+ Interrelación  
entre operaciones bancarias activas y pasivas.
- c) Operaciones bancarias accesorias, subsidiarias, neutras = operaciones parabancarias.



## 2. El contrato bancario.

### 2.1. Noción de contrato bancario en sentido estricto y propio.

Acuerdo de voluntades tendente a crear, modificar regular o extinguir una relación jurídica bancaria = una relación que se incardina dentro de la actividad de intermediación en el crédito indirecto.

### 2.2. Elementos constitutivos del contrato bancario.

#### a) Elementos personales:

- Banco, en sentido amplio = entidad de crédito, en sentido amplio ≠ entidades de crédito en sentido estricto (bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito), establecimientos financieros de crédito y (novedad art. 21 Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero [BOE 23-11]) entidades de dinero electrónico.
- Cliente, profesional o consumidor.

#### b) Elementos objetivos.

#### c) Contenido y efectos:

- Contratos típicos.
- Contratos atípicos.

### 2.3. Caracteres generales de los contratos bancarios

- Realizados en masa.
- De adhesión.
- *Intuitu personae*.

## 3. Cuestiones de régimen jurídico.

### 3.1. Introducción y generalidades.

### 3.2. La inserción de las operaciones y contratos bancarios en el marco del derecho bancario y de la normativa para la protección de los consumidores y usuarios; las cuestiones relativas a las fuentes.

#### a) La inserción de las operaciones y contratos en el marco del Derecho bancario.

- Derecho bancario público.
- Derecho bancario privado.

#### b) Cuestiones relativas a las fuentes jurídico-privadas del Derecho bancario privado.

- La cuestión de la mercantilidad; aplicación de arts. 2 y 50 del Código de comercio; usos bancarios.
- [Los estatutos de los bancos.]
- Las fuentes internacionales y supranacionales.
- En especial, la normativa para la protección de los consumidores: condiciones generales y crédito al consumo. No existe una

normativa tuitiva específica del consumidor-cliente bancario, sino que el régimen tutelar del consumidor en este ámbito resulta de la aplicación de diferentes conjuntos normativos que se entrecruzan. Así, principalmente:

- Normas de aplicación general a la contratación, especialmente, LCGC y art. 10 y 10 bis LGDCU. B
- Normas de aplicación a la financiación del consumo, independientemente de que el concedente del crédito sea un banco. C
- Normas de protección de la clientela bancaria, independientemente de que el cliente sea consumidor. D
- Normas relativas a determinados contratos bancarios, donde se contemplan especialidades relativas a los consumidores; ej., las transferencias bancarias (*v. supra*) o el préstamo hipotecario. E

B) Breve referencia al régimen aplicable a las condiciones generales de la contratación en contratos con consumidores.

a) Función económica.

b) Regulación.

c) Definición CGC.

d) Régimen CGC. Básicamente:

- Reglas interpretación.
- Requisitos de incorporación ≠ control de incorporación o inclusión.
- Requisitos de contenido ≠ control de contenido.
- Consecuencias de no incorporación o nulidad de las CGC.

C) La financiación del consumo: venta a plazos de bienes muebles y crédito al consumo

1. Función económico-social y marco normativo.

- Ley 7/1995, de 23 de marzo, de Crédito al Consumo (en adelante, LCC), modificada arts. 10 y 11 de la Ley 39/2002, de 28 de octubre, de trasposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios (BOE de 29-10).
- Ley 28/1998, de 13 de julio, sobre Venta a Plazos de Bienes Muebles (en adelante, LVPBM), y que ha sido derogada y modificada en alguno de sus

preceptos por la Ley 1/2000, de 7 de enero, Enjuiciamiento Civil (en adelante, LECiv).

2. Interrelación entre LCC y LVPBM (art. 2 LVPBM):

- La LCC es de aplicación preferente a la LVPBM, siempre que la primera sea más favorable que la segunda para el consumidor.
- La LVPBM es de aplicación supletoria a la LCC.

3. Régimen legal de la LVPBM.

a) Naturaleza jurídica.

b) Ámbito de aplicación.

b. 1) Contrato de cambio.

b. 2) Contrato de financiación.

c) Contenido normativo: sistematización y reseña.

c. 1) Normas tuitivas de carácter informativo, que se concretan:

- En la fase precontractual o preliminar.
- En la fase de perfección del contrato.
- Es un contrato formal.
- Es un contrato de contenido parcialmente obligatorio.
- En la vigente LVPBM ha desaparecido la exigencia del desembolso inicial.

c. 2) Medidas de protección de carácter sustantivo.

- En favor del comprador:
  - Desistimiento.
  - Pago anticipado.
  - Competencia judicial.
- En favor del vendedor:
  - Garantías típicas: prohibición de disponer, reserva de dominio y demora en el pago.
  - Especial protección procesal y frente a la situación de insolvencia del comprador.

4. Régimen legal de la LCC.

a) Naturaleza jurídica.

b) Ámbito de aplicación.

b. 1) Ámbito de aplicación subjetivo.

b. 2) Ámbito de aplicación objetivo:

- Cláusula general.
- Lista de exclusiones.
- b. 3) Otros aspectos a considerar en cuanto al ámbito de aplicación.
- c) Contenido normativo: sistematización y reseña:
  - c. 1) Medidas de protección de carácter informativo:
    - Normas tuitivas en la fase precontractual o preliminar.
    - Normas tuitivas en la fase de perfección del contrato.
  - c. 2) Medidas de protección de carácter sustantivo:
    - Coste del crédito.
    - Financiación del consumo.
  - c. 3) Medidas de protección de carácter procesal: acción colectiva de cesación.
- d) Otros temas
  - Acceso a la Justicia.
  - Sobreendeudamiento.

## D) La protección del cliente de la banca

### 1. Introducción.

- Art. 48.2 de la Ley 26/1988, de 29-VII, de Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito (en adelante, LDIEC).
- Orden de 12 de diciembre de 1989, sobre tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las entidades de crédito (en adelante, OMECO).
- Circular del Banco de España 8/1990, de 7 de septiembre, sobre transparencia de las operaciones y protección de la clientela (en adelante, CirBE).

### 2. El Banco de España (<http://www.bde.es/>).

- a) Noción.
- b) Naturaleza.
- c) Funciones, especialmente, supervisión de las entidades de crédito.
- d) Poderes para ejercer sus funciones:
  - De supervisión.
  - Disciplinario.
  - Normativo.

- e) Organización, especialmente:
  - El Servicio de Reclamaciones.
  - La Central de Información de Riesgos.
- 3. Ámbito de aplicación de OMECO Y CirBE.
- 4. Contenido de OMECO y CirBE.
  - Medidas referidas a la fase precontractual:
    - Publicidad.
    - Tablón de anuncios.
    - Folletos informativos.
    - Oferta irrevocable de crédito (al consumo).
  - Medidas referidas al momento de perfección del contrato:
    - Ejemplar del documento contractual.
    - Copia del contrato y de folletos.
    - Determinado contenido, en contratos de duración.
  - Medidas referidas a la dinámica contractual:
    - Restricciones a la modificación unilateral de contratos.
    - Obligaciones documentales atinentes a la liquidación de operaciones bancarias.
- 5. Eficacia jurídico-pública de OMEC y CirBE.
- 6. El defensor del cliente bancario.
  - a) Origen e importancia.
  - b) Regulación
  - c) Definición.
  - d) Funciones.
  - e) Actividades para cumplir esas funciones.
  - f) Características.
  - g) Nombramiento y cese.
  - h) Procedimiento de reclamación.
  - i) Efecto de la resolución.
  - j) Principales cambios que va a introducir la Ley 44/2002 (arts. 29 y 31).
- 7. El Servicio de Reclamaciones del Banco de España (en adelante, SRBE).
  - a) Origen y regulación.
  - b) Definición.

- c) Procedimiento.
- d) Efectos.
- e) Principales cambios que va a introducir la Ley 44/2002 (arts. 22-31): creación de los Comisionados para la Defensa de los Clientes de Servicios Financieros, entre ellos, el Comisionado para la Defensa del Cliente de Servicios Bancarios.

8. Eficacia jurídico-privada de OMEC y CirBE.

- Buena práctica bancaria.
- Informes SRBE.

E) Préstamos hipotecarios

1. Subrogación y modificación de préstamos hipotecarios.

Ley 2/1994, de 30 de marzo, de subrogación y modificación de préstamos hipotecarios (en adelante, LSMPH).

- Derecho a intentar renegociar las condiciones del préstamo hipotecario.
- Requisitos: nueva entidad de crédito.
- Actuación entidad de crédito saliente.
- Comisión por amortización anticipada.

2. Transparencia de las condiciones de los préstamos hipotecarios.

Orden de 5 de mayo de 1994, sobre transparencia de las condiciones de los préstamos hipotecarios (modificada por OM de 27 de octubre de 1995).

- Ámbito de aplicación.
- Finalidad.

# La publicidad y la protección de los consumidores



Antonio Esteban Camps  
Departamento de Derecho Privado. Universidad de Zaragoza

## I.- INTRODUCCIÓN

A) La normativa aplicable a la publicidad comercial.

Ley 26/1984, de 19 de julio, general, para la Defensa de los consumidores y usuarios, LGDCU, modificada por la Ley 7/1998, de 13 de abril.

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

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. LCD.

Estatuto de los consumidores y usuarios de la C. A. de Aragón, Ley 8/1997, de 30 de octubre.

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

Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios.

B) Publicidad comercial.

C) Destinatarios de la publicidad.

## II. LA PUBLICIDAD ILICÍTA

A) La publicidad que atente contra la dignidad de las personas o contra los valores y derechos reconocidos en la Constitución.

B) La publicidad engañosa.





C) La publicidad desleal:

- a) La cláusula general prohibitiva de la publicidad desleal.
- b) La publicidad denigratoria.
- c) La publicidad parasitaria.
- d) La publicidad adhesiva

D) La publicidad subliminal

E) La publicidad de los productos o servicios que pueden generar un grave riesgo para la salud, seguridad o patrimonio de los consumidores.

F) La publicidad encubierta.

### III. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES PARA LA REPRESIÓN DE LA PUBLICIDAD ILÍCITA