



TU MUNDO LEGAL.

Guía Práctica:

Derechos de los Consumidores

© Arag Legal Services S.L. advierte que queda absolutamente prohibido cualquier tipo de reproducción total o parcial de todos los contenidos o elementos de esta Guía Legal. www.arag.es

Índice del documento

1. Introducción	3
2. ¿Cuáles son los derechos básicos de los consumidores?	3
2.1 Derecho a la protección de la salud y seguridad	5
2.2 Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales	7
2.3 Derecho a una información correcta.....	14
2.4 Derecho a la educación y formación en materia de consumo	15
2.5 Derecho a la representación, consulta y participación.....	16
2.6 Derecho a la protección en situaciones de inferioridad	17
2.7 Derecho a la indemnización o reparación de los daños o perjuicios sufridos	18
3. ¿Ante quién puede reclamar el consumidor en caso de tener un problema?..	20
3.1 Reclamación ante la propia empresa	20
3.2 Reclamación ante las asociaciones de consumidores y usuarios.....	21
3.3 Reclamación ante las Administraciones públicas de Consumo	21
3.4 Cumplimentación de la Hoja de reclamaciones en el propio establecimiento de la empresa reclamada	22
3.5 Interposición de una denuncia ante las Administraciones públicas competentes	22
3.6 Reclamación ante los Tribunales de Justicia.....	23
3.7 Sistema arbitral de consumo	23

TU MUNDO LEGAL.

1. Introducción

La presente Guía Práctica del Consumidor tiene como objetivo prioritario dar a conocer los derechos básicos que la legislación vigente reconoce a todos los consumidores y usuarios.

La Guía incluye numerosos casos o supuestos prácticos que vienen a resolver algunas de las preguntas más frecuentes que se plantean los consumidores y usuarios.

Asimismo, en el último capítulo se describen las diferentes vías de actuación o reclamación de que dispone el consumidor ante un problema de consumo.

2. ¿Cuáles son los derechos básicos de los consumidores?

Los derechos básicos de cualquier consumidor o usuario están regulados principalmente en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

El artículo 2 de dicha norma establece como derechos básicos de todos los consumidores o usuarios los siguientes:

- La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.
- La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
- La indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- 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.

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

Todos estos derechos están configurados en la legislación actual como **derechos irrenunciables** por parte de los consumidores o usuarios, de manera que cualquier pacto o cláusula de renuncia previa a estos derechos que reconoce la Ley en la adquisición y utilización de bienes o servicios es totalmente nula.

EJEMPLO PRÁCTICO:

La legislación vigente impone un plazo mínimo de garantía de los bienes de consumo. Durante dicho plazo, que con carácter general es de 2 años, el consumidor tiene derecho a reclamar ante el vendedor la falta de conformidad con el producto entregado y exigir su saneamiento.

¿Podría una empresa ofrecer a sus clientes la posibilidad de reducir el periodo de garantía a un sólo un año y en contraprestación reducirles el precio de venta de dicho producto?

La respuesta es no.

Este tipo de derechos tendentes a proteger al consumidor están configurados en la legislación actual como derechos irrenunciables, de manera que cualquier pacto o cláusula de renuncia es totalmente nula y el vendedor está obligado a respetarlos.

En los siguientes capítulos analizaremos con detalle el contenido y características de cada uno de estos derechos básicos reconocidos a los consumidores y usuarios.

2.1 Derecho a la protección de la salud y seguridad

El artículo 3 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios establece que los productos, actividades o servicios que se ponen a disposición de los consumidores y usuarios, no deben suponer riesgo alguno para la salud o la seguridad del consumidor.

En este sentido, el artículo 2 del Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos, define “producto seguro” como cualquier producto que, en condiciones de utilización normales o razonablemente previsibles no presente riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos compatibles con el uso del producto y considerados admisibles dentro del respeto de un nivel elevado de protección de la salud y de la seguridad de las personas.

En particular, para determinar la seguridad o no de un producto se deberán tener especialmente en cuenta los siguientes elementos:

- Las características del producto, entre ellas su composición y envase.
- El efecto sobre otros productos, cuando razonablemente se pueda prever la utilización del primero junto con los segundos.
- La información que acompaña al producto. En particular, el etiquetado; los posibles avisos e instrucciones de uso y eliminación; las instrucciones de montaje y, si procede, instalación y mantenimiento, así como cualquier otra indicación o información relativa al producto.
- La presentación y publicidad del producto.
- Las categorías de consumidores que estén en condiciones de riesgo en la utilización del producto, en particular, los niños y las personas mayores.

Sin embargo, y a pesar de esta estricta definición de producto seguro, la normativa también aclara que la posibilidad de obtener niveles superiores de seguridad o de obtener otros productos que presenten menor grado de riesgo no será razón suficiente para considerar que un producto es “inseguro” o “peligroso”.

Esta obligación de comercializar únicamente productos seguros, implica que los productores están obligados a tomar las medidas apropiadas para mantener informados a los consumidores de los riesgos que sus productos podrían presentar.

En el caso de que alguno de los productos que comercialicen represente algún riesgo, los productores deben adoptar las medidas necesarias para que tal riesgo finalice, llegando, si fuere necesario, a su retirada del mercado.

EJEMPLO PRÁCTICO:

Una empresa que comercializa un producto farmacéutico, advierte que un lote ha salido defectuoso, pudiendo ocasionar graves daños a la salud de los consumidores. ¿Cómo podrá dicha empresa retirar del mercado los productos defectuosos ya comercializados?

Dicha empresa deberá proceder a la retirada del producto del mercado y, como último recurso, su recuperación de los consumidores, para proceder posteriormente a su destrucción en condiciones apropiadas.

A tal efecto, las empresas productoras tienen la obligación de marcar los productos o lotes de productos con un código que permita, en cualquier momento, identificarlos con total precisión y, por tanto, permitir su retirada inmediata del mercado. Para ello, dichas empresas deberán informar a los consumidores mediante, en su caso, la publicación de avisos especiales en prensa, radio, televisión, etc.

Por su parte, en cumplimiento de la obligación general de distribuir productos seguros, los distribuidores se abstendrán de suministrar productos cuando sepan o debieran conocer, sobre la base de los elementos de información que posean y en tanto que profesionales, que los mismos no cumplen con dicha obligación.

ALGUNOS CONSEJOS PRÁCTICOS:

1. Antes de comprar cualquier producto, compruebe que en el etiquetado figura una empresa responsable del producto, así como sus señas completas de identificación en la Unión Europea.
2. Lea detenidamente las instrucciones de uso y las advertencias de seguridad, que deben estar en español.
3. En caso de juguetes y aparatos eléctricos, verifique la existencia de las letras "CE", que acreditan que el producto cumple con la normativa europea.

4. Si tuviera un incidente con algún producto, comuníquelo a las autoridades de consumo de su municipio o de la Comunidad Autónoma.

2.2 Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales

El derecho a la protección de los intereses económicos y sociales se concreta básicamente en el derecho que ostenta todo consumidor o usuario a contratar en condiciones equitativas con el empresario.

Este derecho a contratar en condiciones equitativas debe estar presente en las distintas fases del contrato:

- Fase de promoción del contrato:

El consumidor no debe verse engañado por una oferta que no se ajuste a la realidad del producto o servicio.

El artículo 8 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios exige que la oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios, se ajuste a la naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad de estos productos o servicios.

En este sentido, se considera fraude y, por tanto, podrá ser perseguida, la oferta, promoción y publicidad de productos o servicios que sea falsa o engañosa.

CONSEJOS PRÁCTICOS:

Es muy importante que el consumidor, en el momento de la contratación, exija íntegramente el contenido de la oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

Quédese copia de todos los documentos que firme y asegúrese de que su contenido es idéntico al documento original que se queda el empresario.

Sin duda, ello facilitará posteriormente la viabilidad de cualquier reclamación por incumplimiento de las condiciones manifestadas en la oferta.

El artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, establece los distintos supuestos de publicidad ilícita, entre los que se halla precisamente la publicidad engañosa.

Es engañosa la publicidad que de cualquier manera induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico.

SUPUESTO PRÁCTICO:

¿Puede considerarse engañosa aquella publicidad en la que todas las afirmaciones realizadas son verdaderas pero, en cambio, omite datos fundamentales que pueden ser determinantes en la toma de decisiones de los consumidores?

Sí. La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad establece que es asimismo engañosa la publicidad que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios.

SUPUESTO PRÁCTICO:

¿Es lícita la publicidad de una agencia inmobiliaria que conserva un anuncio en prensa sobre un piso en condiciones de venta inmejorables, pero que en realidad ya fue vendido hace meses y la única finalidad de mantenerlo es la de llamar la atención de los usuarios y poder venderles posteriormente, una vez iniciados los contactos, otros inmuebles? ¿O la de la agencia de viajes que conserva en el mostrador una superoferta a un precio muy reducido, pero que ya ha quedado desactualizada?

No. Esta forma de hacer publicidad o marketing no es legal.

Tales comportamientos son una mera estrategia para que el consumidor se ponga en contacto con la empresa, de modo que puedan intentar hablar con él para convencerle de que les contrate otros productos o servicios.

Por tanto, puede considerarse publicidad que estafa o engaña a los consumidores y está prohibida.

En cuanto a las acciones o sistemas previstos para el control de la publicidad ilícita, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad contempla los siguientes:

- La vía administrativa, a través de la persecución y sanción de estas conductas.
- La vía judicial, mediante el ejercicio de acciones civiles de cesación y/o rectificación de la publicidad.

- Fase de celebración del contrato:

El artículo 10 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, establece una serie de requisitos que determinan la validez o no de las cláusulas o condiciones que se apliquen a la contratación de productos o servicios.

Dichos requisitos legalmente exigibles son los siguientes:

- Concreción, claridad y sencillez en la redacción, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberán hacerse referencia expresa en el documento contractual.
- Entrega, salvo renuncia expresa del interesado, de recibo justificante, copia o documento acreditativo de la operación, o en su caso, de presupuesto debidamente explicado.
- Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

En este sentido, se entiende por cláusula abusiva todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquéllas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato.

La Disposición Adicional Primera de la Ley 26/1984 enumera un listado, no exhaustivo, de cláusulas consideradas abusivas.

El profesional que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente, deberá demostrarlo.

Asimismo, cuando el consumidor ejercite una acción de reclamación individual, en caso de duda sobre el sentido de una cláusula prevalecerá la interpretación más favorable al consumidor.

SUPUESTO PRÁCTICO:

¿Pueden las empresas que gestionan los aparcamientos cobrar por fracciones de hora o media hora, a pesar de que el vehículo no haya permanecido estacionado ese periodo de tiempo completo?

La respuesta debe ser no.

Una condición de este tipo, impuesta unilateralmente por las empresas que gestionan los aparcamientos, no permite al usuario la posibilidad de negociar la aplicación de la cláusula y está establecida en interés exclusivo del titular del aparcamiento.

Por tanto, la obligación del pago que supone para el consumidor no encuentra contraprestación alguna en la entidad prestadora del servicio, suponiendo un perjuicio patrimonial real al consumidor y conlleva una clara situación de desequilibrio en los derechos y obligaciones de las partes contratantes, ya que implica la obtención de un sobreprecio objetivo injustificado.

- Fase posterior a la formalización del contrato:

Una vez formalizado el contrato, el consumidor o usuario ostenta los denominados derechos de comprobación, reclamación, garantía y devolución. Dichos derechos consisten en:

- Asegurarse de la naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad del producto o servicio.
- Reclamar con eficacia en caso de error, defecto o deterioro.
- Hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación.
- Obtener la devolución equitativa del precio de mercado del producto o servicio, total o parcialmente, en caso de incumplimiento. La devolución del precio del producto habrá de ser total en el caso de que se encuentre dentro del plazo de garantía legal.

CONSEJOS PRÁCTICOS:

Exija siempre la factura o comprobante y consérvelo durante el periodo completo de la garantía.

Según el artículo 9 de la Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo, el vendedor responde de las averías o faltas de conformidad del producto que se manifiesten en un plazo de 2 años desde la entrega.

En los bienes de segunda mano, el vendedor y el consumidor podrán pactar un plazo menor, que no podrá ser inferior a 1 año desde la entrega.

Conviene apuntar, sin embargo, que la Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo sólo se refiere a los bienes muebles corporales destinados al consumo privado. No afecta, en cambio, a los bienes inmuebles ni a los servicios.

Asimismo, también es muy importante destacar que si la falta de conformidad se manifiesta durante los seis (6) primeros meses desde la entrega de la cosa, se presume que dicha falta de conformidad ya existía cuando se entregó aquella. Por tanto, durante los 6 primeros meses, si se detecta una falta de conformidad del

producto, el consumidor no tiene la obligación de demostrar que dicho defecto ya existía en el momento de la entrega.

A partir del sexto mes, en cambio, será el consumidor quien deberá demostrar que la falta de conformidad existía en el momento de la entrega del bien.

SUPUESTO PRÁCTICO:

¿He comprado unos zapatos y al llegar a casa veo que no me quedan bien con el traje con el que pensaba ponérmelos. Voy a la tienda y no quieren cambiarlos. ¿Puedo reclamar?

No.

Si los zapatos no eran defectuosos, no existe obligación legal de cambiarlos por parte del establecimiento.

En este caso, en que el producto no presenta ningún defecto, el establecimiento sólo tendrá que cambiarlos si lo anunciaba en su publicidad o si lo desea hacer como deferencia o atención a su cliente.

SUPUESTO PRÁCTICO:

Compré una microondas hace tres meses y, como no funcionaba correctamente, solicité su reparación. Han tardado más de un mes y medio en devolverme el microondas reparado. ¿Significa que he perdido esos 45 días del plazo de garantía legal?

No.

El tiempo mientras el microondas estuvo en reparación hasta que nos lo devolvieron paraliza el plazo de garantía legal. A partir de la devolución del producto reparado empieza a contar nuevamente el plazo que quedaba de los dos años de garantía.

Durante el período de vigencia de la garantía, el titular de la misma tendrá derecho, como mínimo, a:

- La reparación totalmente gratuita de los vicios o defectos originarios y de los daños y perjuicios por ellos ocasionados.
- En los supuestos en que la reparación efectuada no fuera satisfactoria y el objeto no revistiese las condiciones óptimas para cumplir el uso a que estuviese destinado, el titular de la garantía tendrá derecho a la sustitución del objeto adquirido por otro de idénticas características o a la devolución del precio pagado.

EJEMPLO PRÁCTICO:

¿En caso de que se decida devolver un producto, ¿tiene el consumidor la obligación de devolverlo con su embalaje original?

La respuesta debe ser no.

En ningún caso la sustitución o devolución del producto, cuando proceda conforme a lo previsto en la Ley, se puede supeditar a que el consumidor haya conservado el embalaje del producto. Y ello, con independencia de que se informe de tal exigencia por parte del vendedor, toda vez que exigir al consumidor conservar el embalaje supone una limitación no prevista por la Ley.

Sin embargo, a pesar de lo que acabamos de afirmar, también es cierto que existen determinados productos en los que el embalaje constituye un elemento accesorio del producto (por ejemplo, un DVD o un juego de ordenador), por lo que, en estos casos, parece razonable que el consumidor deba devolver, en el caso de la sustitución, el bien con su embalaje original.

TU MUNDO LEGAL.

Por último, en relación con las garantías de los consumidores una vez el contrato ya se ha formalizado, conviene destacar que en los bienes de naturaleza duradera, el consumidor o usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico, y a la existencia de repuestos durante un plazo determinado. Asimismo, los repuestos no podrán sufrir un incremento del precio.

En los contratos de prestación de servicios o suministro de bienes de tracto sucesivo o continuado, se prohíben las cláusulas que establezcan plazos de duración excesiva o limitaciones que excluyan u obstaculicen el derecho del

consumidor a poner fin al contrato. El consumidor podrá ejercer su derecho a poner fin al contrato en la misma forma en que lo celebró.

EJEMPLO PRÁCTICO:

¿Una empresa prestadora de servicios de telefonía puede exigir por contrato a los usuarios un periodo mínimo de 1 año de vigencia del servicio?

No.

Cualquier usuario puede darse de baja en cualquier momento aunque en el contrato se haga constar un periodo mínimo de permanencia. Ahora bien, si se da de baja antes de dicho plazo, puede ser objeto de una penalización.

2.3 Derecho a una información correcta

El artículo 13 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, exige que los bienes, productos y, en su caso, los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios incorporen una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales.

Además, el mismo artículo 13 enumera, sin carácter exhaustivo, los diferentes extremos que debe incluir dicha información:

- Origen, naturaleza, composición y finalidad del producto.
- Aditivos autorizados que, en su caso, lleven incorporados.
- Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial.
- Precio completo, incluidos los impuestos, o presupuesto, en su caso. En toda información al consumidor sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio final completo, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación u otras condiciones de pago similares.

- Fecha de producción o suministro, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.
- Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.
- Procedimiento de que dispone el consumidor para poner fin al contrato.

Toda esta información podrá venir etiquetada en el propio producto o, anejo a él, en una etiqueta, envase o folleto.

EJEMPLO PRÁCTICO:

En relación con el derecho a una información correcta, ¿cómo pueden compararse en un supermercado los precios de dos marcas distintas del mismo producto, si los recipientes o envases que utilizan cada una de ellas tienen una capacidad diferente?

La legislación comunitaria establece que los supermercados deben facilitar el precio por unidad de los productos –bien sea por kilo o litro– para ayudar al consumidor a decidir cuál resulta más rentable.

2.4 Derecho a la educación y formación en materia de consumo

El artículo 13 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios establece los objetivos en materia de educación y formación de los consumidores y usuarios.

Dichos objetivos son los siguientes:

- Promover la mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes y la utilización de servicios.
- Facilitar la comprensión y utilización de la información que, por obligación legal, les debe ser facilitada a los consumidores y usuarios.

- Difundir el conocimiento de los derechos y deberes del consumidor o usuario y las formas más adecuadas para ejercerlos.
- Fomentar la prevención de riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de servicios.
- Adecuar las pautas de consumo a una utilización racional de los recursos naturales.
- Iniciar y potenciar la formación de los educadores en este campo.

Para la consecución de los objetivos previstos en este capítulo, el sistema educativo debe incorporar los contenidos adecuados para la formación de los alumnos en materia de consumo.

2.5 Derecho a la representación, consulta y participación

El artículo 20 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios viene a reconocer el derecho de los consumidores y usuarios a asociarse mediante las denominadas “Asociaciones de Consumidores y Usuarios”.

Las asociaciones de consumidores y usuarios son organizaciones sin ánimo lucro que tienen como finalidad la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación.

Existen asociaciones de consumidores y usuarios cuya misión es la defensa de los consumidores y usuarios con carácter general y existen otras asociaciones específicas en el ámbito de productos o servicios determinados (por ejemplo, en relación con los servicios bancarios, de la comunicación, etc.).

Las asociaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas son las únicas legitimadas para actuar en nombre y representación de los consumidores y usuarios.

Entre los principales beneficios que la Ley otorga a las asociaciones de consumidores y usuarios destacan los siguientes:

- Las asociaciones de consumidores y usuarios serán oídas, en consulta, en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general relativos a las materias que afecten a los consumidores y usuarios, como, por ejemplo, entre otras:
 - La elaboración de normas reglamentarias que desarrollen la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
 - La fijación de precios y tarifas de servicios, en cuanto afecten a los consumidores y usuarios, y se encuentren legalmente sujetos a control de las Administraciones públicas.
 - El establecimiento de condiciones generales de los contratos de empresa que presten servicios públicos en régimen de monopolio.
- Las Asociaciones de consumidores y usuarios podrán representar y ejercitar las correspondientes acciones legales en defensa de sus asociados, de la asociación y de los intereses generales de los consumidores y usuarios, disfrutando del beneficio de justicia gratuita cuando se trate de proteger los derechos de consumidores y usuarios cuando guarden relación directa con productos o servicios de uso común, ordinario y generalizado.
- Las Asociaciones de consumidores y usuarios podrán recibir ayudas y subvenciones públicas destinadas a contribuir al logro de sus objetivos.

2.6 Derecho a la protección en situaciones de inferioridad

El artículo 23 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, indica que los poderes públicos y, concretamente los órganos y servicios de las Administraciones públicas competentes en materia de consumo, adoptarán o promoverán las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que pueda encontrarse, individual o colectivamente, el consumidor o usuario.

Entre tales medidas se encuentran las siguientes:

- La organización y funcionamiento de oficinas y servicios de información al consumidor o usuario.
- Campañas de orientación al consumo, generales o selectivas.
- Campañas programadas de control de calidad.

- Análisis comparativos de los términos, condiciones, garantías, repuestos y servicios de mantenimiento o reparación de los bienes o servicios de consumo duradero.

- Análisis de reclamaciones o quejas y, en general, de todas aquellas actuaciones de personas o entidades, públicas o privadas, que impliquen:
 - Obligaciones innecesarias o abusivas de cumplimentar impresos, verificar cálculos y aportar datos en beneficio exclusivo de la entidad correspondiente.
 - Trámites, documentos o mediaciones sin utilidad para el consumidor o usuario o con costes desproporcionados.
 - Esperas, permanencias excesivas o circunstancias lesivas para la dignidad de las personas.
 - Limitaciones abusivas de controles, garantías, repuestos o reparaciones.
 - Dudas razonables sobre la calidad o idoneidad del producto o servicio.

- Otorgamiento de premios, menciones o recompensas a personas, empresas o entidades que se distingan en el respeto y ayuda al consumidor.

2.7 Derecho a la indemnización o reparación de los daños o perjuicios sufridos

Según el artículo 25 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, el consumidor y el usuario tienen derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados que les cause el consumo de bienes o la utilización de productos o servicios, salvo que aquellos daños y perjuicios estén causados por su culpa exclusiva o por la de las personas de las que deba responder civilmente.

En este sentido, los productores o suministradores de bienes y servicios serán responsables de las acciones u omisiones que comentan y que sean determinantes de daños o perjuicios a los consumidores y usuarios, a menos que acrediten que han cumplido debidamente las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del producto, servicio o actividad.

Con carácter general, regirán los siguientes criterios en materia de responsabilidad:

- El fabricante, importador, vendedor o suministrador de productos o servicios responde del origen, identidad e idoneidad de los mismos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad.
- En el caso de productos a granel responde el tenedor de los mismos, sin perjuicio de que se pueda identificar y probar la responsabilidad del anterior tenedor o proveedor.
- En el supuesto de productos envasados, etiquetados y cerrados con cierre íntegro, responde la firma o razón social que figure en su etiqueta, presentación o publicidad. Podrá eximirse de esa responsabilidad probando su falsificación o incorrecta manipulación por terceros, que serán los responsables.

Por su parte, la Ley 22/1994, de 6 de julio, de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos, regula la responsabilidad por daños y perjuicios producidos por productos defectuosos que comprende los supuestos de muerte y lesiones corporales, así como los daños causados en cosas distintas del propio producto defectuoso, siempre que la cosa dañada se halle objetivamente destinada al uso o consumo privados y en tal concepto haya sido utilizada principalmente por el perjudicado.

En este sentido, según el artículo de dicha Ley 22/1994, por producto defectuoso debe entenderse aquél que no ofrezca la seguridad que cabría legítimamente esperar, teniendo en cuenta todas las circunstancias y, especialmente, su presentación, el uso razonablemente previsible del mismo y el momento de su puesta en circulación.

En todo caso, un producto es defectuoso si no ofrece la seguridad normalmente ofrecida por los demás ejemplares de la misma serie.

El perjudicado que pretenda obtener la reparación de los daños causados tendrá que probar el defecto, el daño y la relación de causalidad entre ambos.

La responsabilidad del fabricante o importador podrá reducirse o suprimirse en función de las circunstancias del caso, especialmente si el daño causado fuera debido conjuntamente a un defecto del producto y a culpa del perjudicado o de una persona de la que éste deba responder civilmente.

La acción de reparación de los daños y perjuicios prescribe a los tres (3) años, a contar desde la fecha en que el perjudicado sufrió el perjuicio.

3. ¿Ante quién puede reclamar el consumidor en caso de tener un problema?

En este capítulo intentaremos describir los pasos que debe dar el consumidor cuando se encuentre ante un problema de consumo y desee resolverlo.

Los consumidores y usuarios que se sientan perjudicados o lesionados en sus derechos tienen a su disposición distintas vías de actuación.

3.1 Reclamación ante la propia empresa

Como primera medida, en la mayoría de las ocasiones, es conveniente que el consumidor dirija directamente su reclamación al vendedor o prestador del servicio e intente resolver el problema de forma amistosa.

Este tipo de reclamaciones ante el propio vendedor o prestador del servicio no requieren ninguna formalidad.

Además de hacer constar su petición, conviene que en su escrito de reclamación el consumidor conceda al empresario un plazo de tiempo razonable para que conteste a su petición. Transcurrido dicho plazo sin respuesta deberá considerarse desestimada la reclamación.

CONSEJOS PRÁCTICOS:

Conviene destacar la importancia de conservar todas las comunicaciones que se produzcan con el vendedor o prestador del servicio.

Para ello, conviene utilizar mecanismos que dejen constancia del envío de las comunicaciones enviadas por el consumidor, como es el burofax, puesto que la utilización de dicho sistema no sólo permitirá acreditar que la carta ha sido enviada al empresario, sino que además permitirá certificar el contenido de la misma.

El burofax es un servicio de envío urgente de documentos realizado a través de las oficinas de correos mediante la presentación de dos copias de la carta, de las cuales una queda en poder del remitente una vez ha sido sellada por el funcionario de correos. El burofax constituye prueba frente a terceros.

3.2 Reclamación ante las asociaciones de consumidores y usuarios

Como ya se ha comentado en el capítulo 6 de esta Guía, las asociaciones de consumidores y usuarios son organizaciones sin ánimo lucro que tienen como finalidad la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación. Dichas asociaciones representan a sus asociados defendiendo sus intereses, pero también los del conjunto de los consumidores y usuarios.

En caso de tener un problema con una empresa, el consumidor puede dirigirse a una asociación de consumidores, que tramitará su reclamación, ya sea directamente ante la propia empresa o ante las Administraciones públicas competentes.

En caso de que la reclamación no prospere, la asociación incluso podrá ayudar al consumidor a presentar una solicitud de arbitraje ante la Junta Arbitral de Consumo competente o bien asesorarle respecto a la presentación de una demanda judicial.

En determinados casos, la asociación incluso puede llegar a presentar la demanda en nombre del consumidor, puesto que gozan del beneficio de justicia gratuita y, consecuentemente, los costes del proceso judicial se abaratan sensiblemente.

3.3 Reclamación ante las Administraciones públicas de Consumo

Si se decide interponer una reclamación ante las Administraciones de Consumo competentes, puede optarse bien por la Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento municipal (OMIC), o bien por la Dirección General de Consumo de la Comunidad Autónoma correspondiente.

En muchas de estas oficinas existe un modelo de formulario, que orientará al consumidor sobre cómo efectuar la reclamación, aunque bastará con la presentación de un escrito que exponga de forma clara la descripción de los hechos objeto de reclamación y lo que se solicita con la reclamación, así como la identidad tanto de la empresa reclamada como del propio consumidor.

La actuación de las Administraciones de consumo se inicia con una mediación con la empresa con la que se mantiene la controversia, con el fin de acercar las posiciones e intentar lograr un resultado satisfactorio para ambas partes.

3.4 Cumplimentación de la Hoja de reclamaciones en el propio establecimiento de la empresa reclamada

Por obligación legal, los establecimientos deben tener a disposición del consumidor un modelo de Hoja de Reclamaciones.

De esta forma, los consumidores y usuarios pueden dejar constancia de su reclamación incluso antes de abandonar el establecimiento donde se producen los hechos.

Además, conviene recordar que el hecho de cumplimentar la Hoja de Reclamaciones en el propio establecimiento no supone ningún obstáculo para presentar después otra reclamación por cualquiera de las otras vías legalmente previstas (reclamación ante las Administraciones de Consumo, demanda judicial, etc.).

Si el establecimiento se negase a facilitarle dicha Hoja de Reclamaciones, el consumidor puede presentar la queja por el medio que considere más adecuado ante los organismos competentes en materia de consumo o ante una asociación de consumidores. Basta con presentar un escrito exponiendo los datos, hechos y lo que se solicita.

Además, si la empresa no facilitara las Hojas de Reclamaciones, el consumidor podría solicitar la asistencia de la policía local del municipio para que levantara acta del hecho.

TU MUNDO LEGAL.

3.5 Interposición de una denuncia ante las Administraciones públicas competentes

Una denuncia en materia de consumo es una comunicación que un consumidor dirige a la Administración para informarle acerca de unos hechos que pueden constituir una infracción administrativa en materia de consumo.

La principal diferencia con la reclamación descrita en los apartados anteriores estriba en que mediante la denuncia no se pretende obtener una solución, compensación o resarcimiento de daños en particular.

El objetivo de la denuncia, en este caso, es fundamentalmente que la Administración competente abra una investigación de los hechos denunciados, a fin de evitar que se vuelvan a producir las conductas irregulares. De esta forma se protegen y defienden los intereses generales y los derechos de todos los consumidores.

3.6 Reclamación ante los Tribunales de Justicia

A pesar de las distintas vías de reclamación vistas hasta ahora, siempre y en todo caso el consumidor tiene derecho a interponer la correspondiente demanda ante los Tribunales de Justicia.

De hecho, en determinados casos, la vía judicial será la más apropiada especialmente cuando el consumidor pretenda pedir la reparación de daños y perjuicios sufridos.

Otros casos, como aquellas reclamaciones en las que exista indicio de delito, son competencia exclusiva de los Tribunales de Justicia.

3.7 Sistema arbitral de consumo

El sistema arbitral de consumo es un procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos entre el empresario y el consumidor, que cada vez está siendo utilizado con más frecuencia por los consumidores debido a las ventajas que conlleva.

Entre dichas ventajas destacan las siguientes:

- Gratuidad. El procedimiento es gratis para las partes.
- Rapidez. El procedimiento se tramita, como máximo, en 4 meses desde que es designado el Colegio Arbitral.
- Eficacia. El conflicto se resuelve sin necesidad de tener que recurrir a la vía judicial (mucho más lenta), y no existe límite máximo o mínimo de la cuantía reclamada.
- Voluntariedad. El sometimiento de las partes al procedimiento es totalmente voluntario, pero una vez aceptado el sistema arbitral, las resoluciones son vinculantes.

- Ejecutividad de la resolución. Las decisiones del tribunal arbitral, denominadas “laudos”, son de obligado cumplimiento para empresario y consumidor, como si se tratara de una sentencia judicial.

A pesar de todas estas ventajas, conviene advertir que determinadas cuestiones no pueden someterse al sistema arbitral.

Según el artículo 2 Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo, por el que se regula el sistema arbitral de consumo, existen determinadas cuestiones que en ningún caso podrán ser objeto de arbitraje.

Dichas cuestiones son las siguientes:

- Cuando se haya producido una intoxicación de una o varias personas.
- Cuando se haya producido una lesión.
- Cuando el objeto de reclamación haya producido la muerte de una persona.
- Cuando existan indicios racionales de delito.
- Cuando sobre el objeto de la controversia ya se haya pronunciado un juez con anterioridad.
- Cuando la controversia afecte a materias sobre las que las partes no tengan poder de disposición.
- Cuando, según la legislación vigente, deba intervenir el Ministerio Fiscal.

En cuanto al procedimiento de arbitraje, éste se inicia con la formalización de una Solicitud de Arbitraje (Ver modelo en **Anexo 1** a la presente Guía), que se deberá presentar ante la Junta Arbitral de Consumo que corresponda, ya sea municipal, provincial, autonómica o nacional.

El escrito de solicitud debe contener de manera clara y concisa la petición del consumidor y se debe acompañar también toda la documentación que se considere necesaria en apoyo de dicha petición (presupuestos, facturas, recibos, etc.).

Existen dos tipos de arbitraje:

- **El arbitraje de derecho.**
- **El arbitraje de equidad.**

La diferencia entre ambos radica en la fundamentación que deberán tomar los árbitros para resolver. En el arbitraje de derecho, los árbitros dictarán el laudo con sujeción a las normas y Leyes establecidas, mientras que en arbitraje de equidad los árbitros dictarán el laudo según su leal saber y entender. Es por este motivo que en el escrito de solicitud de arbitraje el reclamante deberá especificar el tipo de arbitraje que desea.

Una vez recibida la solicitud de arbitraje, la Junta Arbitral comprobará si el comerciante o empresario reclamado está adherido al Sistema Arbitral. Si lo está, comenzará el procedimiento propiamente dicho. Si no lo estuviera, se le trasladaría la solicitud disponiendo de un plazo de 15 días para aceptarla o rechazarla.

Conviene recordar que para que un conflicto de consumo pueda resolverse mediante el arbitraje, la empresa reclamada debe estar adherida al Sistema Arbitral o bien que acepte someterse a arbitraje para el caso concreto.

En caso de no aceptación de arbitraje se archivará el expediente en esta vía, y quedará libre la vía judicial.

CASO PRÁCTICO:

¿Una empresa adherida al sistema arbitral de consumo puede negarse posteriormente a un arbitraje concreto que se le plantee?

La respuesta es no.

Si la empresa se ha adherido previamente al sistema arbitral, está obligada a aceptar todos los arbitrajes que sus clientes le planteen.

En caso de que la empresa estuviera adherida al Sistema Arbitral o que aceptara someterse para el caso en concreto, la Junta Arbitral designará un colegio arbitral para conocer el asunto, señalándose fecha y lugar de la audiencia. El colegio arbitral tiene una composición tripartita:

- Un representante de la Administración.
- Un representante de los intereses de los consumidores.

- Un representante del sector empresarial.

Una vez realizado el trámite de audiencia y prueba, el colegio arbitral dictará el laudo que obligará a las dos partes a su cumplimiento y es ejecutivo desde su notificación.

En caso de incumplimiento del laudo arbitral se podrá solicitar su ejecución ante la jurisdicción civil.

El laudo arbitral cierra la posibilidad de acudir a los tribunales ordinarios por la misma causa.



TU MUNDO LEGAL.