

# Índice de contenidos

---

Objetivos .....	7
1. Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo..	9
1.1. Normativa en defensa del consumidor.....	11
1.1.1. Derechos y deberes.....	13
1.1.2. Legislación estatal, autonómica y local .....	15
1.1.3. Legislación comunitaria.....	23
1.2. Instituciones y organismos de protección al consumidor.....	28
1.2.1. Tipología .....	29
1.2.2. Competencias.....	33
1.2.3. Organigrama funcional.....	35
1.3. Procedimientos de protección al consumidor. ....	36
1.3.1. Protección de datos y confidencialidad.....	37
1.3.2. Transparencia de los procedimientos.....	43
2. Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo.....	45
2.1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente.....	47
2.1.1. Naturaleza.....	49
2.1.2. Efectos. ....	51
2.3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias.....	56
2.3.1. Elementos formales que contextualizan la reclamación.....	57
2.3.2. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. ....	58
2.3.3. Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación..	59
2.4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamaciones/denuncia entre empresas y consumidores.....	60
2.5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación. ....	62
2.5.1. Plazos de presentación.....	62
2.5.2. Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes....	63
2.5.3. Gestión on-line.....	64
2.6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones. ....	64
2.6.1. Fases del proceso de resolución.....	65

MF0245\_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo

© ANDAVIRA EDITORA, S.L.

© MÉTODO ESTUDIOS CONSULTORES, S.L.U.

© Edición personalizada HISPAMERICA BOOKS, S.L.

Telef. (00 34) 91 028 28 51

Madrid, España

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación o cualquier otro medio sea cual fuere si el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (artículo 270 y siguientes del Código Penal).

ISBN 978-84-944191-2-6

Depósito Legal: M-19677-2015

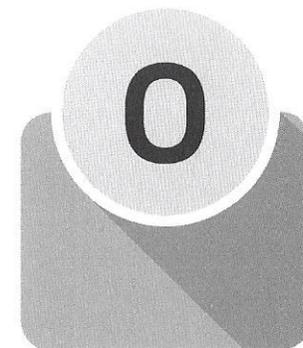
Impreso en España – Printed in Spain

Impreso por: Bookbox

2.6.2. Documentación que se genera. ....	69
2.7. La actuación administrativa y los actos administrativos. ....	70
2.7.1. Concepto y elementos. ....	71
2.7.2. Clases. ....	71
2.7.3. Eficacia de los actos. ....	73
2.7.4. El silencio administrativo. ....	76
2.7.5. Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos. ....	78
<b>3. Mediación y arbitraje de consumo</b> .....	<b>81</b>
3.1. Conceptos y características. ....	83
3.1.1. Árbitro. ....	84
3.1.2. Mediador. ....	85
3.1.3. Partes implicadas. ....	86
3.1.4. Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo. ....	86
3.2. La mediación. ....	87
3.2.1. Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación. ....	88
3.2.2. Requisitos exigibles. ....	88
3.2.3. Procedimientos seguidos. ....	89
3.3. El arbitraje de consumo. ....	92
3.3.1. Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje. ....	93
3.3.2. Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional. ....	93
3.3.3. Organigrama funcional. ....	94
3.3.4. Convenio arbitral: contenido, formalización y validez. ....	95
3.3.5. Institucionalización del arbitraje. ....	97
3.3.6. Juntas arbitrales. ....	98
3.3.7. Laudo arbitral. ....	98
3.4. Procedimientos de arbitraje en consumo. ....	100
3.4.1. Principios generales. ....	100
3.4.2. Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación. ....	101
3.4.3. Ventajas e inconvenientes. ....	103
3.5. Documentación en procesos de mediación y arbitraje. ....	104
3.5.1. Convocatoria. ....	105
3.5.2. Acta. ....	105

3.5.3. Resolución. ....	106
<b>4. Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo</b> .....	<b>109</b>
4.1. Conceptos. ....	111
4.1.1. Queja. ....	111
4.1.2. Reclamación. ....	112
4.1.3. Consulta. ....	113
4.1.4. Denuncia. ....	114
4.1.5. Partes intervinientes. ....	115
4.2. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones. ....	116
4.2.1. Situación, percepción, motivación: clima. ....	117
4.2.2. Tratamiento. ....	122
4.3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones. ....	124
4.3.1. Interpersonal. ....	124
4.3.2. Telefónica. ....	127
4.3.3. Escrita. ....	128
4.3.4. Telemática. ....	128
4.4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación en conflictos de consumo. ....	128
4.4.1. Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones. ....	129
4.4.2. Dialéctica de la argumentación. ....	134
4.4.3. Negociación y sus técnicas de comunicación. ....	135
<b>5. Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios</b> .....	<b>137</b>
5.1. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor). ....	139
5.2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones. ....	139
5.3. Caracterización del proceso de negociación. ....	141
5.3.1. Tipos de clientes/consumidores/usuarios. ....	141
5.3.2. Factores influyentes. ....	145
5.3.3. Departamento gestor. ....	146
5.3.4. Trámites y documentación. ....	147

5.4. Planes de negociación.....	147
5.4.1. Preparación.....	147
5.4.2. Desarrollo.....	148
5.4.3. Resolución.....	149
<b>6. Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones .....</b>	<b>151</b>
6.1. Tratamiento de las anomalías.....	153
6.1.1. Principales incidencias/anomalías.....	153
6.1.2. Forma.....	154
6.1.3. Plazos.....	158
6.2. Procedimientos de control del servicio.....	162
6.2.1. Parámetros de control .....	162
6.2.2. Técnicas de control .....	165
6.3. Indicadores de calidad.....	170
6.4. Evaluación y control del servicio.....	171
6.4.1. Métodos de evaluación.....	171
6.4.2. Medidas correctoras.....	177
6.5. Análisis estadístico.....	180
<b>Resumen .....</b>	<b>183</b>
<b>Glosario.....</b>	<b>191</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>197</b>



## Objetivos



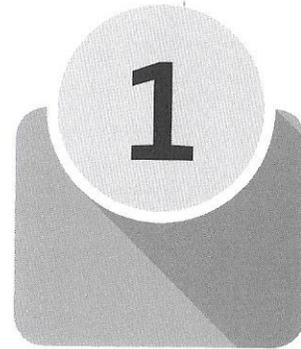
El objetivo general de este módulo formativo es:

- Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

Los objetivos específicos son:

- Analizar consultas/quejas/reclamaciones en materia de consumo, obteniendo los datos de fuentes fiables, para deducir líneas de actuación y canalización de las mismas hacia los departamentos de empresa y/o los organismos.
- Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente.
- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de orientación/información al cliente/consumidor/usuario, tanto en la gestión de quejas y reclamaciones individuales, como en las referidas a otros departamentos, instituciones u organismos.
- Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.

**Marco de protección del  
cliente, consumidor y  
usuario en consumo**



Las organizaciones, a través de sus departamentos de atención al cliente, deben tener en cuenta la normativa aplicable para la protección de los clientes, consumidores y usuarios.

Las situaciones de conflicto que puedan surgir en las relaciones con los clientes, consumidores y usuarios deben ser resueltas de forma que tenga menos perjuicios para las partes implicadas. Desde el punto de vista normativo, existen una serie de medidas que se deben tener en cuenta.

Las organizaciones, dentro del marco de protección, deben tener en cuenta:

- La normativa vigente.
- Conocer las técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor y usuario.
- Saber negociar en situaciones de reclamación.
- Contar con personal que sepa enfrentarse a situaciones difíciles ante los consumidores y usuarios.
- Identificar qué métodos de negociación se deben utilizar para cada caso.
- Utilizar los instrumentos de resolución de conflictos, por ejemplo, a través de la mediación y el arbitraje.

## 1.1. Normativa en defensa del consumidor.

La normativa en materia de consumo se puede escalar en **cuatro niveles**:

- Europeo.
- Nacional.
- Autonómico.
- Local.

Desde el punto de vista normativo, debemos tener en cuenta que las normas europeas tienen supremacía sobre el resto de las normas, y que las nacionales, autonómicas y locales no pueden vulnerar los establecido por la europea.



Dentro del ámbito europeo, podemos destacar la **Directiva 98/27/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 19 de mayo de 1998** relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, la cuál se aplica directamente a los estados miembros de la Unión Europea y trata de aglutinar una serie de derechos básicos para todos los consumidores y usuarios de la Unión Europea. Esta norma nace como fundamento del principio de homogeneizar una serie de derechos a nivel europeo y que con la libre circulación de trabajadores, personas, bienes y capitales se puedan reclamar los derechos de los ciudadanos como consumidores y usuarios en cualquier país de la Unión Europea.



Debemos tener en cuenta qué es un **texto refundido** y por qué se aprueba en materia de consumo. Un texto refundido es una norma que trata de refundir una serie de normas en una sola, de manera que sea mucho más fácil la consulta. En materia de consumo existían normas de diversos años diversificadas y este texto refundido intentaba reunificar todas las disposiciones de esta materia.

Dentro del nivel nacional, podemos tener en cuenta el **Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias**.

Los niveles autonómicos y locales dependerán de las distintas Administraciones Públicas, las cuales deberán tener en cuenta lo que contenga la normativa europea y nacional. Sin duda, las normas se han tenido en adaptar a las nuevas formas de negocio y de adquisición de bienes y productos para que los derechos de los consumidores siempre resulten protegidos.

La normativa debe tener en cuenta la venta online, así como el comercio mayorista, la venta tradicional y la venta en grandes superficies.

### 1.1.1. Derechos y deberes.

Los consumidores y usuarios tienen reconocidos normativamente una serie de derechos que deben ser tenidos en cuenta por las organizaciones. Es necesario entender que la normativa aplicable tiene en cuenta que el consumidor es la parte débil del proceso comercial y, por este motivo, incide en los derechos más que en los deberes de éstos.

El Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, establece cuáles serán los derechos y los deberes de los consumidores y usuarios, aunque éstos pueden ser ampliados por la normativa autonómica y local, que, en ningún caso, podrá vulnerar lo establecido en la norma estatal. Asimismo, también los establecimientos comerciales podrán ampliar dichos derechos. A continuación, vamos a enumerar los **principales derechos** que se deben tener en cuenta:

- a) La **libre elección** de un bien o un servicio, sin necesidad de que exista coacción a la hora de adquirir productos o servicios. Los consumidores y usuarios tendrán que ser tratados de manera que puedan ser autónomos en sus decisiones, siempre recibiendo la información y orientación necesarias y adaptadas a sus características.
- b) **Recibir información** certera, eficaz y suficiente, en el proceso de venta, sobre los bienes o servicios ofrecidos, teniendo en cuenta los siguientes puntos:
  - El precio.
  - Las condiciones de contratación.
  - Las características más importantes sobre los productos o servicios.
  - Las formas de utilización y puesta en marcha.
  - Las formas de pago y entrega.
  - Los plazos para que se pueda ejercer el derecho de retracto.
- c) La **no discriminación** por cualquier cuestión por parte de los proveedores de bienes y servicios, teniendo en cuenta el artículo 14 de la Constitución española que hace referencia a la igualdad de todos los españoles. De este modo, en dicho artículo se establece que: "Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social."
- d) La **seguridad** de los consumidores y usuarios a la hora de adquirir productos y servicios, teniendo como principal pilar de este derecho la protección

de la salud y el medio ambiente. Una de las formas de mantener este derecho es a través de la obligación de entregar a los consumidores y usuarios un manual de instalación y uso del producto, que siempre deberá estar en castellano. Además de blindar la información y el asesoramiento necesarios para la buena utilización de bienes y servicios, tanto en el proceso de venta como en la postventa.

e) En caso de defectos en los productos y servicios, la **reparación e indemnización** adecuadas por los daños causados, tanto materiales como morales.

f) La **educación** para el consumo. Tal derecho está en manos de las Administraciones Públicas competentes que deben poner sistemas para que se garantice este derecho, además de fomentar la educación y la formación a través de las asociaciones de consumidores y usuarios. Por otro lado, debemos tener en cuenta que la educación puede llegar hasta los medios de comunicación, tratando de realizar campañas dirigidas a los consumidores y usuarios para que conozcan cuáles son sus derechos y deberes.

g) La posibilidad de **retractarse** en la compra de un producto o adquisición de un servicio. Este derecho se denomina retracto y tendrá que realizarse en las condiciones que marquen las organizaciones que venden productos o prestan servicios. No obstante, dichas condiciones no pueden vulnerar lo establecido en la normativa de aplicación.

En el cuadro podemos ver un resumen de los **derechos** de los consumidores y usuarios.

No obstante, también tenemos que tener en cuenta los deberes de los consumidores que están basados, principalmente, en el derecho a exigir que se adopten todas las medidas para la defensa de su situación como consumidores y usuarios. A grandes rasgos, los **principales deberes** son:

#### PRINCIPALES DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS:

- Libertad de elección.
- Recibir información.
- No discriminación.
- Seguridad.
- Reparación e indemnización.
- Educación.
- Retracto.

- Leer con detalle los contratos de compra-venta antes de firmarlos y no firmar si no se entiende el sentido del contrato, si es necesario, podrá asesorarse por profesionales antes de realizar la compra.
- Tomar las decisiones de compra informándose previamente y sabiendo y analizando todas las cláusulas.
- Solicitar la información pertinente para aclarar sus dudas antes de adquirir un producto o servicio.
- Requerir que se le trate con respeto y bajo el principio de no discriminación.

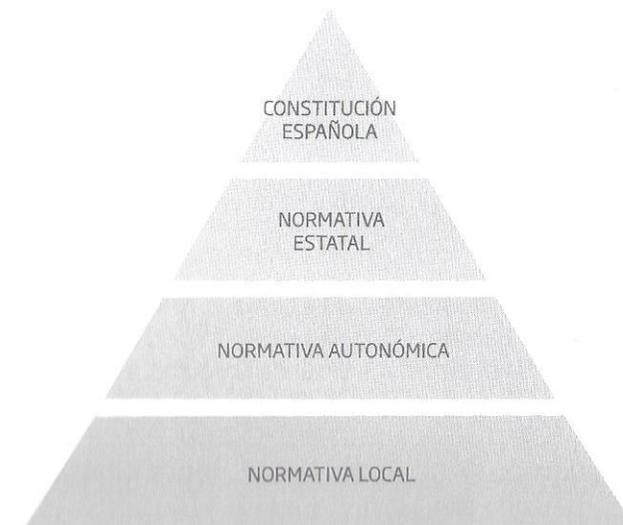
- Exigir las condiciones detalladas en la publicidad de los productos o servicios. De este modo, se puede apreciar cuando una publicidad es engañosa.
- Rechazar los cobros indebidos de cualquier producto que no se haya adquirido o servicio que no haya disfrutado.
- Solicitar la reparación, en su caso, de un producto en mal estado o la indemnización en caso de soportar daños que no tendría por qué soportar.

### 1.1.2. Legislación estatal, autonómica y local

La norma que se debe tener en cuenta, en primer lugar, para desarrollar la legislación estatal, autonómica y local, es la **Constitución española de 1978** que en su artículo 51 establece que:

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 por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales."

A continuación, veremos una ilustración sobre la pirámide normativa, donde podemos comprobar que la Constitución española tiene supremacía sobre el resto de las normas.



Gracias al articulado de la Constitución española, deben desarrollarse una serie de normativas y preceptos a tres niveles, los cuáles estudiaremos a continuación:

## LEGISLACIÓN ESTATAL

La Ley 3/2014, de 27 de marzo, modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que nació como reserva de ley del artículo 51 de la Constitución española. En esta ley se define el concepto de consumidor y usuario de la siguiente manera: "Son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Son también consumidores a efectos de esta norma las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial".

Dentro de todo el ámbito nacional, existe una serie de normativas que se puede clasificar por materias, las principales normas en materia de consumo son:

### 1. Aparatos de uso doméstico:

- a) Real Decreto 58/1988, de 29 de enero. **APARATOS DOMÉSTICOS.** Protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico.
- b) Real Decreto 1390/2011, de 14 de octubre. **ENERGÍA.** Regula la indicación del consumo de energía y otros recursos por parte de los productos relacionados con la energía, mediante el etiquetado y una información normalizada.

### 2. Arbitraje en materia de consumo:

- a) Ley 60/2003, de 23 de diciembre. **ARBITRAJE.** Ley de Arbitraje.
- b) Real Decreto 231/2008, de 15 febrero. **ARBITRAJE-CONSUMO.** Regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- c) Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo. **ARBITRAJE-CONSUMO.** Modifica el Real Decreto 231/2008, de 15-2-2008 (RCL 2008\488), por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, estableciendo medidas que regulen las fases en esta materia.
- d) Ley Orgánica 5/2011, de 20 de mayo. **PODER JUDICIAL.**
- e) Ley 11/2011, de 20 de mayo. **ARBITRAJE.**

### 3. Asociaciones de consumidores y usuarios:

- a) Real Decreto 825/1990, de 22 junio. **CONSUMO.** Derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus Asociaciones.
- b) Orden SCO/2772/2003, de 8 de octubre. **CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.**
- c) Real Decreto 894/2005, de 22 de julio. **CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.**
- d) Real Decreto 487/2009, de 3 de abril. **CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.**

### 4. Defensa de los bienes tangibles:

- a) Ley 43/2007, de 13 de diciembre. **Protección de los consumidores en la contratación de bienes con oferta de restitución del precio.**

### 5. Régimen de contratación:

- a) Ley 7/1998, de 13 de abril. **Condiciones generales de la contratación.**
- b) Real Decreto 1828/1999, de 3 de diciembre. Aprueba el Reglamento del **Registro de Condiciones Generales de la Contratación.**
- c) Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre. **TELECOMUNICACIÓN-CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN.**

### 6. Comercio electrónico:

- a) Ley 34/2002, de 11 de julio. **Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico.**

### 7. Crédito al consumo:

- a) Ley 16/2011, de 24 de junio. **CRÉDITO AL CONSUMO.**

## 8. Electricidad:

a) Real Decreto 1634/2006, de 29 diciembre. **ELECTRICIDAD**. Establece la tarifa eléctrica a partir de 1 de enero de 2007.

## 9. Juguetes:

a) Real Decreto 880/1990, de 29 junio. **Aprueba las normas de seguridad de los juguetes**.

b) Real Decreto 1285/2010, de 15 de octubre. Modifica el Real Decreto 880/1990, de 29-6-1990, por el que se aprueban las **normas de seguridad de los juguetes, en relación con las sustancias o mezclas utilizadas en su fabricación**.

c) Real Decreto 1205/2011, de 26 de agosto. **Seguridad de los juguetes**.

## 10. Productos y servicios:

a) Real Decreto 3423/2000, de 15 diciembre. Regula la indicación de los **precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios**.

## 11. Productos alimentarios:

a) Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio. Regula las **infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria**.

b) Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio. Aprueba la Norma general de **etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios**.

c) Real Decreto 640/2006, de 26 mayo. Regula **determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene, de la producción y comercialización de los productos alimenticios**.

## 12. Productos envasados:

a) Real Decreto 1801/2008, de 3 noviembre. Establece normas relativas a las **cantidades nominales para productos envasados y al control de su contenido efectivo**.

## 13. Productos y servicios bancarios:

a) Ley 2/1994, de 30 de marzo. **Subrogación y modificación de préstamos hipotecarios**.

b) Ley 35/2003, de 4 noviembre. **Ley de Instituciones de Inversión Colectiva**.

c) Ley 22/2007, de 11 julio. **Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores**.

d) Ley 2/2009, de 31 de marzo. Regula la **contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito**.

e) Real Decreto 106/2011, de 28 de enero. Crea y regula el **Registro estatal de empresas** previsto en la Ley 2/2009, de 31-3-2009 (RCL 2009\697), que regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito, y se fija el importe mínimo del seguro de responsabilidad o aval bancario para el ejercicio de estas actividades.

f) Ley 31/2011, de 4 de octubre. Modifica la Ley 35/2003, de 4-11-2003 (RCL 2003\2601), de **Instituciones de Inversión Colectiva**.

g) Real Decreto-ley 6/2012, de 9 de marzo. **Medidas urgentes de protección de deudores hipotecarios sin recursos**.

## 14. Publicidad:

a) Ley 34/1988, de 11 de noviembre. **Ley General de Publicidad**.

## 15. Seguridad de los productos:

a) Real Decreto 820/1990, de 22 de junio. **Prohíbe la fabricación y comercialización de productos de apariencia engañosa que pongan en peligro la salud o seguridad de los consumidores**.

b) Real Decreto 1801/2003, de 26 diciembre. **Seguridad general de los productos**.

c) Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre **seguridad general de los productos**.

#### 16. Servicios:

a) Ley 17/2009, de 23 de noviembre. **Libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio**.

#### 17. Vehículos:

a) Real Decreto 1457/1986, de 10 de enero. Regula la **actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres de reparación de vehículos, de sus equipos y componentes**.

b) Real Decreto 455/2010, de 16 de abril. Modifica el Real Decreto 1457/1986, de 10-1-1986, que regula la **actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres de reparación de vehículos automóviles, de sus equipos y componentes**.

#### 18. Telecomunicaciones:

a) Ley 32/2003, de 3 de noviembre. **Ley General de Telecomunicaciones**.

b) Real Decreto 424/2005, de 15 abril. Aprueba el Reglamento sobre las **condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios**.

c) Real Decreto 1768/2007, de 28 de diciembre. Modifica el Reglamento sobre las condiciones para la **prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios**, aprobado por Real Decreto 424/2005.

d) Real Decreto 329/2009, de 13 de marzo. Modifica el Reglamento sobre las condiciones para la **prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios**, garantizan las medidas que defiendan los derechos y las garantías de los consumidores y usuarios en el acceso los servicios de comunicaciones electrónicas.

e) Resolución de 28 de septiembre 2009. Establece la **duración de la locución informativa de los servicios de tarificación adicional prestados a través del código 905**.

f) Real Decreto 726/2011, de 20 de mayo. Modifica el Reglamento **sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios**, aprobado por Real Decreto 424/2005.

#### 19. Venta:

a) Ley 28/1998, de 13 de julio. Regula la **Venta a Plazos de Bienes Muebles**.

b) Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero. Regula el **ejercicio de venta ambulante o no sedentaria**.

#### 20. Viajes:

a) Real Decreto 39/2010, de 15 de enero. **Deroga diversas normas estatales sobre acceso a actividades turísticas y su ejercicio**, estableciendo medidas para la defensa de los consumidores y usuarios de productos turísticos.

#### 21. Vivienda:

a) Ley 57/1968, de 27 de julio. Regula **percepción de cantidades anticipadas en su construcción y venta**.

b) Real Decreto 515/1989, de 21 de abril. **Protege a los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compra-venta y arrendamiento de vivienda**.

c) Real Decreto 47/2007, de 19 enero. **Aprueba el Procedimiento básico para la certificación de eficiencia energética de edificios de nueva construcción**.

#### LEGISLACIÓN AUTONÓMICA

Las Comunidades Autónomas también podrán aprobar sus propias normas de defensa de los consumidores y usuarios que no podrán, en ningún caso, contradecir lo indicado en la norma estatal. Las normas autonómicas son:

- Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de **Andalucía**.
- Ley del Principado de **Asturias** 11/2002, de 2 de diciembre, de los Consumidores y Usuarios.

- Ley 1/1998, de 10 de marzo, del Estatuto de los consumidores y usuarios de la Comunidad Autónoma de las **Islas Baleares**.
- Ley 3/2003, de 12 de febrero, del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de **Canarias**.
- Ley de **Cantabria** 1/2006, de 7 de marzo, de Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Ley 5/2006 de 14 de Diciembre, del Instituto de Consumo de **Castilla - La Mancha**.
- Ley 11/1998, de 5 de diciembre, para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de **Castilla y León**.
- Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de **Cataluña**.
- Ley 6/2001, de 24 de mayo, del Estatuto de los Consumidores de **Extremadura**.
- Ley 2/2012, de 28 de marzo, de protección general de las personas consumidoras y usuarias- **Galicia**.
- Ley 5/2013, de 12 de abril, para la defensa de los consumidores en la Comunidad Autónoma de **La Rioja**.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la **Comunidad de Madrid**.
- Ley 4/1996, de 14 de junio, del Estatuto de consumidores y usuarios de la **Región de Murcia**.
- Ley Foral 7/2006, de 20 de junio, de Defensa de los Consumidores y Usuarios- **Navarra**.
- Ley 1/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la **Comunitat Valenciana**.
- Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarías- **País Vasco**.

## NORMATIVA LOCAL

Hay que tener en cuenta que las entidades locales pueden aprobar reglamentos para la defensa de los consumidores y usuarios en sus propios territorios. Por otro lado, también pueden crear órganos para desarrollar las funciones que sus propios reglamentos les adjudican. Los reglamentos que aprueben las entidades locales deberán versar sobre las siguientes materias:

1. La protección de los derechos de los consumidores y usuarios.
2. La seguridad y defensa de la salud de los consumidores y usuarios.
3. La inspección de productos o servicios para comprobar:

- a) El origen e identidad de los productos.
- b) Que se cumple la normativa vigente de precios, etiquetado, presentación y publicidad.
- c) Vigilar que se llevan a cabo todas las medidas de higiene, seguridad y sanidad.

4. Adoptar las medidas oportunas en caso de crisis o emergencias que afecten a la salud y seguridad o intereses económicos de los consumidores y usuarios.

5. Ser un apoyo a las asociaciones de consumidores y usuarios mediante formación.

6. Desarrollar un sistema arbitral de consumo para los consumidores y usuarios del ayuntamiento.

7. Realizar actuaciones que fomenten la información, la formación y la educación de los consumidores y usuarios.

8. Crear una Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) para defender los derechos de los consumidores y usuarios de forma centralizada con personal formado y experto en la materia.

9. En su caso, ejercer la potestad sancionadora en su ámbito territorial.



Debemos tener en cuenta que las entidades locales no pueden aprobar leyes, no tienen la potestad legislativa, pero sí tienen la potestad reglamentaria, es decir, tienen la capacidad de aprobar reglamentos. Los reglamentos son normas con un rango inferior a las leyes.

## 1.1.3. Legislación comunitaria.

Dentro de la pirámide normativa, el derecho comunitario estaría en lo alto, es decir, que la normativa nacional se tiene que adaptar a lo que dicte la Unión Europea. En este sentido, en materia de consumo y, desde el **Tratado Maastricht** en el año 1992, se han aprobado multitud de normas para defender los derechos de los consumidores y usuarios en todos los estados miembros.

A continuación, vamos a enumerar la normativa que se debe tener en cuenta, ordenada por materias.

Para la defensa de los consumidores y usuarios, debemos tener en cuenta dos normas básicas:

- **EL TRATADO DE LISBOA**. Tratado de 13 de diciembre 2007 que sienta las bases de las políticas que se deben llevar a cabo en toda la Unión Europea.

- El **LIBRO VERDE**. Comunicación de 15 de marzo 2007. CONSUMO. En el que se intenta desglosar las condiciones relacionadas con el acervo comunitario en materia de consumo.

### 1. Bienes de consumo:

- a) Directiva 1999/44/CE, de 25 de mayo. **BIENES DE CONSUMO**. Regula los aspectos fundamentales de la venta, así como garantías relacionadas con los bienes de consumo.

### 2. Comercio electrónico:

- a) Directiva 2000/31/CE, de 8 de junio. **COMERCIO ELECTRÓNICO**. En que se regulan los aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, haciendo especial hincapié en el comercio electrónico en el mercado interior. Con esta norma se intentará homogeneizar las condiciones del comercio electrónico a todos los estados miembros.

### 3. Crédito de comercio:

- a) Directiva 87/102/CEE del Consejo, de 22 de diciembre, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros en materia de **crédito al consumo**.
- b) Directiva 2008/48/CE, de 23 de abril. **CRÉDITO AL CONSUMO**. Regula los créditos al consumo.
- c) Directiva 2011/90/UE, de 14 de noviembre. **CRÉDITO AL CONSUMO**. Regula los supuestos adicionales para calcular la tasa anual.

### 4. Derecho civil:

- a) Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo, relativa a la protección de los consumidores en materia de **contratos a distancia**.
- b) Reglamento (CE) n.º 44/2001 del Consejo, 22 de diciembre del 2000, relativo a la competencia judicial, el **reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil**.
- c) Directiva 2008/52/CE, de 21 de mayo. **DERECHO CIVIL**. Se regulan los aspectos fundamentales de la **mediación en asuntos civiles y mercantiles**.

### 5. Juguetes:

- a) Directiva 2009/48/CE, de 18 de junio. **JUGUETE**. En esta norma se regulan las principales condiciones de seguridad de los juguetes.
- b) Directiva 2012/7/UE, de 2 de marzo. **JUGUETE**. Relativa a la seguridad de los juguetes, sobre todo para adaptar este tipo de productos con las nuevas tecnologías y al avance tecnológico con el fin de que su funcionamiento y utilidad sean seguros para los consumidores y usuarios.

### 6. Producto alimentario:

- a) Reglamento (UE) 1169/2011, de 25 de octubre. **PRODUCTO ALIMENTARIO**. Se regula la información que se debe dar a los consumidores y usuarios de este tipo de productos.

### 7. Productos defectuosos:

- a) Directiva 85/374/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1985, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de responsabilidad por los **daños causados por productos defectuosos**.
- b) Directiva 1999/34/CE, de 10 de mayo. **RESPONSABILIDAD CIVIL**. En la que se establecen la responsabilidad de los daños causados por productos defectuosos.

### 8. Productos y servicios bancarios:

- a) Directiva 2002/65/CE, de 23 de septiembre. **SERVICIOS FINANCIEROS**. Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.

### 9. Protección de los consumidores:

- a) Directiva 87/357/CEE del Consejo de 25 de junio. Desarrolla las medidas para luchar contra la **apariencia engañosa** que ponen en peligro la salud o la seguridad de los consumidores y usuarios.
- b) Directiva 1993/13/CEE, de 5 de abril. **PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**. Se establecen las cláusulas que pueden resultar abusivas en los contratos celebrados con consumidores y usuarios.

c) Directiva 98/06/CE, de 16 de febrero, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a la protección de los **consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores**.

d) Directiva 98/27/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo, relativa a las **acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores**.

e) Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la **seguridad general de los productos**.

f) Directiva 2003/8/CE del Consejo, de 27 de enero de 2003, destinada a mejorar el acceso a la justicia en los **litigios transfronterizos mediante el establecimiento de reglas mínimas comunes relativas a la justicia gratuita para dichos litigios**, facilitando el acceso a los consumidores y usuarios para la defensa de los derechos de las directivas de consumo.

g) Directiva 2005/29/CE, de 11 de mayo. **PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**. Desarrolla las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior

h) Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de febrero de 2006, relativo a la ley aplicable a las **obligaciones extracontractuales** («Roma II»).

i) Reglamento (CE) 2006/2004, de 27 de octubre. **PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**. Se desarrollan las medidas de cooperación de las autoridades de los estados miembros encargadas de la aplicación de la **legislación de protección de los consumidores**, intentando homogeneizar todas las medidas a todos los estados miembros.

j) Reglamento (CE) n° 1896/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, por el que se establece un **proceso monitorio europeo**.

k) Reglamento (CE) n° 861/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio de 2007, por el que se establece un **proceso europeo de escasa cuantía**.

l) Directiva 2009/22/CE, de 23 de abril. **PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS**. Se establecen las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores.

m) Decisión 35/2010, de 12 de marzo. **ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO**. Protección general de los consumidores y usuarios para que los derechos de los consumidores sean respetados no sólo en la Unión Europea, sino también en el Espacio Económico Europeo.

n) Directiva 2011/83/UE, de 25 de octubre. **PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**. En esta norma se enumeran los derechos de los consumidores y usuarios dentro del ámbito de la Unión Europea.

## 10. Publicidad:

a) Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de **etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios**.

b) Directiva 2003/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de **publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco**.

c) Directiva 2006/114/CE, de 12 de diciembre. PUBLICIDAD. Se establecen las pautas para detectar la **publicidad engañosa y publicidad comparativa**.

d) Directiva 2001/95/CE, de 3 de diciembre. **SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS**. Seguridad general de los productos.

## 11. Servicios:

a) Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre. **LIBRE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**. Servicios en el mercado interior.

## 12. Telecomunicaciones:

a) Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre, sobre la **coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva**.



El **Espacio Económico Europeo** (EEE) es una organización que tiene como principal fin que países no pertenecientes a la Unión Europea pudieran participar en el mercado interior de la misma. Las organizaciones participantes en el mismo son: la **Unión Europea** y la **Asociación Europea de Libre Comercio** (AELC).

b) Reglamento (CE) 544/2009, de 18 de junio. Se desarrollan las bases sobre la itinerancia en las redes públicas de telefonía móvil en la Comunidad y la Directiva 2002/21/CE relativa a un marco regulador común de las **redes y los servicios de comunicaciones electrónicas**.

c) Directiva 2009/136/CE, de 25 de noviembre. **TELECOMUNICACIÓN**. Relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas, al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas y sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores.

d) Directiva 2009/140/CE, de 25 de noviembre. Relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas, al acceso a las **redes de comunicaciones electrónicas y recursos asociados, y a su interconexión y relativa a la autorización de redes y servicios de comunicaciones electrónicas**.

### 13. Viajes:

a) Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados.

b) Reglamento (CE) n.º 889/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de mayo de 2002 sobre la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente.

c) Reglamento 261/2004 por el que se establecen normas comunes sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y de cancelación o gran retraso en los vuelos.

d) Reglamento (CE) n.º 1371/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de octubre de 2007 sobre los derechos y las obligaciones de los viajeros de ferrocarril.

## 1.2. Instituciones y organismos de protección al consumidor

La normativa aplicable en materia de defensa de los consumidores y usuarios establece la existencia de una serie de instituciones y organismos que deben crearse para la defensa de éstos. Como ya hemos estudiado en puntos anteriores, las entidades locales pueden crear organismos de defensa al consumidor, es decir, las **Oficinas Municipales de Información al Consumidor**.

Por otro lado, cabe resaltar los entes dependientes de otras Administraciones Públicas que tienen como principal función controlar el cumplimiento de los derechos de los consumidores y usuarios. Sobre todo, tiene especial importancia para las Administraciones Públicas la gestión de los servicios públicos gestionados por empresas adjudicatarias.

Por otro lado, es importante destacar la importancia de las asociaciones creadas al amparo del artículo 22 de la Constitución española que tiene como principal objetivo la defensa de los consumidores y usuarios, además de la educación e información a éstos.

El citado **artículo 22 de la Constitución española** establece que:

1. Se reconoce el derecho de asociación.
2. Las asociaciones que persigan fines o utilicen medios tipificados como delito son ilegales.
3. Las asociaciones constituidas al amparo de este artículo deberán inscribirse en un registro a los solos efectos de publicidad.
4. Las asociaciones sólo podrán ser disueltas o suspendidas en sus actividades en virtud de resolución judicial motivada.
5. Se prohíben las asociaciones secretas y las de carácter paramilitar."

En todo caso, las instituciones y organismos creados para promover y defender los derechos de los consumidores deben tener, a grandes rasgos, las siguientes funciones:

- a) Divulgar información relativa a los bienes y servicios de interés general.
- b) Hacer estudios para evaluar las diferentes marcas que comercializan el mismo producto o servicios para determinar su calidad, garantía, servicio y precio.
- c) Asesorar a los consumidores y usuarios en la defensa de los derechos que les son reconocidos legalmente.
- d) Prevenir a los consumidores y usuarios de las prácticas y cláusulas abusivas que se pueden llevar a cabo en las relaciones de consumo.

### 1.2.1. Tipología

Es necesario estudiar los distintos tipos de instituciones y entes que tienen encomendadas funciones en materia de consumo. En este apartado vamos a estudiar: las Oficinas Municipales de Consumo, las Direcciones Generales de Consumo de las Comunidades Autónomas, las Asociaciones de consumidores y usuarios y las Juntas Arbitrales de Consumo.