

SUMARIO

PARTE I. INTRODUCCIÓN.	15
BLOQUE 1.- Antecedentes históricos.	15
BLOQUE 2.- El marco institucional y legal del consumerismo en España	16
BLOQUE 3.- Legislación básica de consumo	18
3.1. Legislación europea	19
3.2. Derecho estatal.	21
3.3. Derecho autonómico	22
BLOQUE 4.- Instituciones de defensa de los consumidores	23
4.1. Ámbito europeo	23
4.2. Ámbito estatal	23
4.3. Ámbito regional	23
4.4. Ámbito local	23
4.5. Otras instituciones	24
PARTE II. LOS INTERVINIENTES EN LA RELACIÓN DE CONSUMO.	25
BLOQUE 1.- El consumidor y el empresario.	25
1.1. Concepto general de consumidor y empresario.	25
1.2. Casos específicos	27
BLOQUE 2.- Otros intervinientes	30
2.1. Productor	30
2.2. Producto	30
2.3. Proveedor	30
PARTE III. DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES	31
BLOQUE 1.- Protección de la salud y la seguridad.	32
1.1. Obligaciones del empresario	33
1.2. Sanciones por su inobservancia.	34
BLOQUE 2.- Protección de los intereses económicos y sociales.	34
2.1. Distintas prácticas comerciales	35
2.2. La publicidad engañosa	36
BLOQUE 3.- Derecho a la correcta información.	36
3.1. La información precontractual	37
3.2. Disposiciones normativas referidas a la información.	37
3.3. Derecho a la información en el TRLGDCU	38
BLOQUE 4.- Educación y formación en materia de consumo	40
4.1. Objetivos de la educación y formación	41

SUMARIO

4.2. Adopción de medidas por la Administración en materia de educación	41
4.3. Adopción de medidas por la Administración en materia de información	41
BLOQUE 5.- Representación, consulta y participación	42
5.1. Conceptos generales	42
5.2. Legitimación	43
5.3. Prohibiciones	43
5.4. Obligación de inscripción	44
5.5. Derechos	44
5.6. Audiencia en consulta	45
BLOQUE 6.- Protección en situaciones de inferioridad	45
BLOQUE 7.- Derecho a la indemnización de daños y perjuicios	46
7.1. Introducción	46
7.2. Requisitos básicos de los productos	46
7.3. Responsabilidad civil del empresario	47
BLOQUE 8.- Irrenunciabilidad de los derechos	47
PARTE IV. EL CONTRATO DE CONSUMO: DISPOSICIONES COMUNES.	49
BLOQUE 1.- Generalidades.	49
1.1. Precisiones conceptuales	49
1.2. Derechos y Obligaciones	50
BLOQUE 2.- El derecho de desistimiento.	52
2.1. Concepto y características	52
2.2. Precisiones para su ejercicio	52
2.2.1. Limitaciones a su ejercicio	52
2.2.2. Forma de ejercitar el derecho de desistimiento	53
2.2.3. Información	54
2.2.4. Plazo de ejercicio	54
2.2.5. Gratuidad	54
2.2.6. Plazo de devolución del precio	54
2.2.7. Supuestos en que el precio de la compraventa está financiado	54
PARTE V. LOS CONTRATOS ESPECIALES (I)	57
BLOQUE 1.- Los viajes combinados	57
1.1. Precisiones conceptuales: viaje combinado y viaje vinculado	57
1.2. Derechos de los viajeros.	59
1.2.1. Información previa:	59
1.2.2. Contrato escrito.	60
1.2.3. El precio y su revisión	61
1.2.4. Modificación del contrato	61
1.2.5. Cancelación del viaje	61
1.2.6. Cesión del viaje	62
1.2.7. Garantía y solvencia.	62
1.2.8. Errores en la reserva	63
BLOQUE 2.- Aprovechamiento por turnos de bienes de uso turístico	66
2.1. Elementos del contrato.	66
2.1.1. Definición.	66
2.1.2. Duración	66
2.1.3. Objeto del contrato	67

SUMARIO

2.2. Requisitos para la inscripción	67
2.3. Derechos y obligaciones	68
2.3.1. Información precontractual	68
2.3.2. La formalización del contrato	69
2.3.3 Derecho de desistimiento	69
2.3.4. Prohibición de anticipos e ineficacia de contratos accesorios	69
2.3.5. Resolución por falta de pago de las cuotas.	70
BLOQUE 3.- Contrato de crédito al consumo.	73
3.1. Delimitación conceptual.	73
3.2. Información comercial	73
3.2.1. Publicidad	73
3.2.2. Información previa al contrato.	74
3.2.3. Otras obligaciones de información	74
3.3. Forma	74
3.4. Contenido. Información de las condiciones financieras.	74
3.5. Resolución del contrato	75
3.5.1. Distintos supuestos	75
3.5.2. Penalizaciones	75
3.6. Desistimiento	76
3.7. Reembolso	76
3.8. Los llamados créditos de consumo vinculados	76
3.8.1. Requisitos	76
3.8.2. Ventajas para el consumidor	77
PARTE VI. LOS CONTRATOS ESPECIALES (II).	81
BLOQUE 1.- La compraventa de vivienda.	81
1.1. Cuestiones importantes antes de la adquisición	81
1.2. Distintos tipos de vivienda nueva.	81
1.3. Entregas a cuenta.	82
1.4. Publicidad	82
1.5. Información precontractual	83
1.6. El contrato y conceptos afines	84
1.7. Principales cláusulas abusivas en la compraventa de vivienda	86
BLOQUE 2.- El préstamo o crédito hipotecario	90
2.1. Concepto y características	90
2.2. Elementos que integran la hipoteca	90
2.3. La información previa, la oferta vinculante y el contrato	91
2.3.1. La información previa	91
2.3.2. La oferta vinculante	92
2.3.3. El contrato	93
2.4. Novación y subrogación	93
2.5. La llamada hipoteca inversa	94
2.5.1. Requisitos	94
2.5.2. Información y oferta vinculante.	94
2.5.3. Finalización del contrato	94
2.6. Protección de deudores hipotecarios sin recursos.	95
2.6.1. Requisitos	95
2.6.2. Concepto de umbral de exclusión	95
2.6.3. Incidencia del precio de la vivienda.	96

SUMARIO

2.6.4. Medidas que se pueden aplicar	96
2.7. Gastos derivados de la formalización de hipoteca	98
2.7.1. Impuestos	98
2.7.2. Gastos notariales y registrales.	98
2.7.3. Contrato de seguro	98
2.7.4. Gastos derivados del incumplimiento del consumidor	99
BLOQUE 3.- Contratos de crédito inmobiliario: la nueva regulación a partir del 16 de junio de 2019	103
3.1. Introducción	103
3.2. Ámbito de aplicación	103
3.3. Forma	104
3.4. Contenido	105
3.5. Gastos notariales, registrales y tributarios	106
3.6. El vencimiento anticipado	106
3.7. La nueva regulación del interés de demora	107
3.8. El valor del bien fijado como tipo de subasta.	107
3.9. Condiciones abusivas, nulas o no transparentes	107
BLOQUE 4.- Intermediación para celebrar préstamo o crédito	110
PARTE VII. LOS CONTRATOS ESPECIALES (III).	111
BLOQUE 1.- Contratos a distancia	111
1.1. Concepto	111
1.2. Operaciones excluidas	111
1.3. Información previa al contrato	111
1.4. Contrato, entrega y derecho de desistimiento	112
BLOQUE 2.- Venta fuera del establecimiento mercantil	113
2.1. Concepto	113
2.2. Información previa al contrato	114
2.3. Contrato y derecho de desistimiento	114
BLOQUE 3.- El contrato electrónico	116
3.1. Concepto y regulación	116
3.2. El deber de información	117
3.2.1. Información general.	118
3.2.2. Información previa.	118
3.2.3. Información posterior	119
3.3. La conformidad con el producto	119
3.4. El derecho de desistimiento	120
3.4.1. Exclusiones	120
3.4.2. Cómputo del plazo.	120
3.5. Entrega y pago del bien	121
3.6. Seguridad electrónica.	121
PARTE VIII. LOS CONTRATOS ESPECIALES (IV)	125
BLOQUE 1.- El contrato bancario	125
1.1. Concepto y clasificación.	125
1.2. Tipología de productos bancarios	125
1.2.1. Orden ECE/228/2019, de 28 de febrero, sobre cuentas de pago básicas, procedimiento de traslado de cuentas de pago y requisitos de los sitios web de comparación	130

SUMARIO

1.3. La publicidad financiera	135
BLOQUE 2.- Telecomunicaciones	139
2.1. Concepto y tipos de telefonía	139
2.2. Información al consumidor	139
2.3. Depósito de garantía	140
2.4. Facturación	141
2.5. Suspensión, interrupción y desconexión del servicio	142
2.6. La portabilidad	143
2.6.1. Pasos del proceso de portabilidad	143
2.6.2. Consentimiento de portabilidad vía telefónica	144
2.6.3. Cancelación de la portabilidad	144
2.7. Reclamaciones	144
PARTE IX. CONDICIONES GENERALES Y CLÁUSULAS ABUSIVAS	151
BLOQUE ÚNICO.- Fijación conceptual	151
1.1. Definiciones y características	151
1.1.1. Los controles de incorporación, abusividad y transparencia	153
1.2. Tipología de las cláusulas abusivas	154
1.2.1. Cláusulas abusivas por vincular el contrato a la voluntad del empresario	154
1.2.2. Cláusulas abusivas por limitar los derechos básicos del consumidor y usuario	155
1.2.3. Cláusulas abusivas por falta de reciprocidad	156
1.2.4. Cláusulas abusivas que afectan al perfeccionamiento y ejecución del contrato	156
1.2.5. Cláusulas abusivas sobre competencia y derecho aplicable	157
1.3. Cláusulas abusivas más frecuentes en préstamos hipotecarios	157
1.3.1. Cláusulas financieras	157
1.3.2. Cláusulas de vencimiento anticipado	158
1.3.3. Cláusulas que afectan a la ejecución	159
1.3.4. Otras cláusulas abusivas	159
PARTE X. GARANTÍAS Y SERVICIOS POSTVENTA	163
BLOQUE 1.- Conceptos generales	163
1.1. Concepto	163
1.2. Aplicación de la garantía	163
1.3. La conformidad con el producto	164
1.3.1. Precisiones para determinar la conformidad:	164
1.4. Plazos de garantía	164
BLOQUE 2.- Derechos del consumidor	165
2.1. Opciones frente al vendedor	165
2.2. Acción contra el productor	165
BLOQUE 3.- La garantía comercial	166
3.1. Concepto y formalización	166
3.2. Contenido	166
3.3. Plazo de prescripción	166
BLOQUE 4.- Los productos de naturaleza duradera	166
BLOQUE 5.- Reparación y servicios postventa	166
5.1. Existencia de repuestos	166

SUMARIO

5.2. Prohibición de subida de precios	167
5.3. Prescripción del derecho de recuperación	167
PARTE XI. LA RESPONSABILIDAD DEL EMPRESARIO	171
BLOQUE 1.- Disposiciones comunes en materia de responsabilidad	171
1.1. El derecho a la indemnización	171
1.2. Ámbito de protección	172
1.3. La responsabilidad	172
BLOQUE 2.- Disposiciones específicas en materia de responsabilidad.	173
2.1. Daños causados por productos	173
2.1.1. Definición de productor	173
2.1.2. Definición de producto y producto defectuoso	173
2.1.3. Exoneración de responsabilidad del productor	173
2.1.4. Límites de la responsabilidad:	174
2.1.5. Prescripción de acciones	174
2.1.6. Concurrencia de culpas	174
2.1.7. Responsabilidad del proveedor	174
2.2. Daños causados por otros bienes y servicios.	174
PARTE XII. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES	179
BLOQUE 1.- Necesidad de reforma procesal	179
1.1. Los mecanismos de protección	179
BLOQUE 2.- Diferentes tipos de intereses	180
2.1. Intereses individuales	180
2.2. Intereses generales.	180
2.3. Intereses difusos.	180
2.4. Intereses colectivos	181
BLOQUE 3.- Protección de intereses individuales	181
3.1. Legitimación	181
3.2. Procesos	182
3.3. Competencia territorial.	182
3.4. El coste económico del proceso.	183
3.5. La carga de la prueba	184
BLOQUE 4.- Protección de los intereses colectivos.	185
4.1. Encuadre conceptual	185
4.2. Legitimación activa.	185
4.2.1. Diligencia Preliminar	186
4.3. Publicidad e intervención en el proceso.	187
4.4. Contenido de la sentencia	187
4.5. Ejecución de la sentencia	188
BLOQUE 5.- Protección de los intereses difusos	189
5.1. Legitimación	189
5.2. Publicidad e intervención en el proceso.	190
5.3. Contenido de la sentencia	190
5.4. Ejecución de la sentencia	191
BLOQUE 6.- Relación entre la acción colectiva y la acción individual.	193
6.1. Planteamiento de la cuestión	193
6.2. Cuestión prejudicial ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea	193

SUMARIO

6.3. Postura del Tribunal Constitucional	193
PARTE XIII. RECLAMACIONES ADMINISTRATIVAS	197
BLOQUE 1.- Reclamación ante la OMIC o la Dirección General de Consumo	197
1.1. Concepto de reclamación	197
1.2. El reclamante y el reclamado	197
1.3. Procedimiento para reclamar	197
1.4. Presentación de la reclamación	198
BLOQUE 2.- Reclamación ante asociaciones de consumidores	198
2.1. Concepto	198
2.2. Coste económico	199
2.3. Funciones	199
BLOQUE 3.- Reclamaciones ante el Banco de España	199
3.1. Requisito previo	199
3.2. Presentación de la reclamación	199
BLOQUE 4.- Reclamación ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)	200
4.1. Reclamante	200
4.2. Objeto de la reclamación	201
4.3. FIN-NET	201
4.4. La reclamación	201
4.4.1. Actuación previa	201
4.4.2. Reclamación ante la CNMV	201
BLOQUE 5.- Reclamaciones ante la Dirección General de Seguros	203
5.1. Obligaciones de las aseguradoras	203
5.2. Reclamación previa ante la aseguradora	203
5.3. Reclamación ante la dirección general de seguros	203
BLOQUE 6.- Reclamación ante la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones	205
6.1. Principales motivos de reclamación	205
6.2. Procedimiento para reclamar	206
6.2.1. Fase previa: reclamación ante el operador	206
6.2.2. Reclamación ante la oficina de telecomunicaciones	206
BLOQUE 7.- Reclamación ante la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA)	207
7.1. Objeto de la reclamación	207
7.2. Reclamación inicial ante la compañía	207
7.3. Reclamación ante la Agencia estatal	208
7.4. Problemas en otro aeropuerto de la Unión Europea	208
BLOQUE 8.- Reclamaciones ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	209
8.1. Objetivos de la CNMC	209
8.2. Principales funciones de la CNMC	210
8.3. Actuaciones contrarias a la competencia	210
8.4. Denuncia ante la CNMC	210
PARTE XIV. EL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO	211
BLOQUE 1.- Concepto y elementos definidores	211
1.1. Concepto	211
1.2. Inconvenientes del arbitraje para el empresario	211

1.3. Adhesión de las empresas al sistema	212
1.4. Los órganos arbitrales	213
1.5. Exclusiones.	213
1.6. Tipos de Arbitraje	213
BLOQUE 2.- Tramitación	214
2.1. Solicitud	214
2.2. Admisión.	214
2.3. Inicio del procedimiento	214
2.4. Rechazo por el reclamado del arbitraje	215
2.5. Mediación en el proceso arbitral	215
2.6. Designación de los árbitros	215
2.7. La prueba en el Sistema arbitral de consumo	216
BLOQUE 3.- El laudo arbitral	217
3.1. Concepto y tipos.	217
3.2. Forma, contenido, notificación y plazo.	217
3.3. Recurso y aclaración	218
3.4. Incumplimiento por las partes	218
PARTE XV. INFRACCIONES Y SANCIONES EN MATERIA DE CONSUMO . .	223
BLOQUE 1.- Infracciones	223
1.1. Infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios	223
1.2. Infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios en la contratación a distancia y fuera de establecimiento mercantil.	224
1.3. Graduación de las infracciones (Art 50 TRLGDCU)	224
BLOQUE 2.- Sanciones.	224
2.1. Sanciones por infracciones en materia de consumo (Art 51).	224
2.2. Sanciones accesorias (Art 52)	225
ANEXO. FORMULARIOS.	227