

ÁNGEL CARRASCO PERERA

Dirección

DERECHO DE CONSUMO

Materiales, fundamentos,
aplicaciones

Centro de Estudios de Consumo (CESCO)

Autores

ALICIA AGÜERO ORTIZ (§§ 3 y 17)	MANUEL J. MARÍN LÓPEZ (§§ 2 y 12)
SAGRARIO BERMÚDEZ BALLESTEROS (§§ 11 y 14)	JOSÉ M. MARTÍN FABA (§ 8)
ÁNGEL CARRASCO PERERA (§§ 1, 5, 6, 7)	PASCUAL MARTÍNEZ ESPÍN (§§ 15, 19 y 23)
ENCARNA CORDERO LOBATO (§§ 4 y 24)	SHEILA MARTÍNEZ GÓMEZ (§ 10)
PILAR DOMÍNGUEZ MARTÍNEZ (§ 20)	ANA I. MENDOZA LOSANA (§§ 16, 18 y 21)
CARMEN GONZÁLEZ CARRASCO (§ 13)	HELENA PALOMINO MORALED A (§ 9)

LUCÍA DEL SAZ DOMÍNGUEZ (§ 22)

Índices

IULIANA R. STROIE

Diseño de portada

ROSANA SANCIO

III ARANZADI

Primera edición, 2023



Incluye soporte electrónico

Libro realizado en el marco del Proyecto de Investigación PID2021-128913NB-I00, del Ministerio de Ciencia e Innovación y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) titulado "Protección de consumidores y riesgo de exclusión social: seguimiento y avances", dirigido por Ángel Carrasco Perera y Encarna Cordero Lobato y en el marco de las Ayudas para la realización de proyectos de investigación aplicada, en el marco del Plan Propio de investigación, cofinanciadas en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), para el proyecto titulado "Modelos jurídicos eficientes de consumo sostenible", con Ref.: 2022-GRIN-34487 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana I. Mendoza Losana.

El editor no se hace responsable de las opiniones recogidas, comentarios y manifestaciones vertidas por los autores. La presente obra recoge exclusivamente la opinión de su autor como manifestación de su derecho de libertad de expresión.

La Editorial se opone expresamente a que cualquiera de las páginas de esta obra o partes de ella sean utilizadas para la realización de resúmenes de prensa.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

Por tanto, este libro no podrá ser reproducido total o parcialmente, ni transmitirse por procedimientos electrónicos, mecánicos, magnéticos o por sistemas de almacenamiento y recuperación informáticos o cualquier otro medio, quedando prohibidos su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso del ejemplar, sin el permiso previo, por escrito, del titular o titulares del copyright.

© 2023 [Editorial Aranzadi, S.A.U. / Ángel Carrasco Perera (Dir.)]

© Portada: Editorial Aranzadi, S.A.U.

Editorial Aranzadi, S.A.U.
Camino de Galar, 15
31190 Cizur Menor (Navarra)
ISBN: 978-84-1162-193-9
DL NA 516-2023

Printed in Spain. Impreso en España

Fotocomposición: Editorial Aranzadi, S.A.U.
Impresión: Rodona Industria Gráfica, SL
Polígono Agustinos, Calle A, Nave D-11
31013 – Pamplona

Índice

Página

PRÓLOGO	37
§ 1	
RELACIÓN JURÍDICA Y CONTRATO DE DERECHO DE CONSUMO	39
Materiales	39
Fundamentos	40
1. El Derecho de consumo	40
1.1. <i>Estricto y amplio</i>	40
1.2. <i>La función de protección y otras funciones</i>	41
1.3. <i>Generalidad y excepcionalidad</i>	41
2. El “elevado nivel de protección” en la UE	42
3. La “relación de consumo” y la “materia normativa consumero-rizada”	43
4. Huir del consumo para huir de la UE	45
5. Tipos de normas de derecho de consumo	45
6. El “contenido” del Derecho de consumo	46
7. La entrada en la relación: el contrato	47
7.1. <i>Se requiere un contrato</i>	47
7.2. <i>Oneroso</i>	47
7.3. <i>Imperatividad</i>	48
8. La validez contractual de las cláusulas no negociadas	48
8.1. <i>Condiciones de incorporación</i>	48

8.2.	<i>La firma y el click</i>	49
8.3.	<i>El límite competencial del documento complementario</i>	50
8.4.	<i>Entrar en espacios dominicales ajenos</i>	50
8.5.	<i>Distinguir entre lo bueno y lo malo</i>	51
8.6.	<i>Incorporación tardía</i>	51
8.7.	<i>Modificación de condiciones</i>	52
9.	No hay relaciones extracontractuales de consumo	52
10.	Daño extracontractual y legitimación colectiva	53
	Aplicaciones	54
§ 2		
	EL CONSUMIDOR	59
	Materiales	60
	Fundamentos	61
1.	El concepto de consumidor en la LGDCU y en la legislación sectorial	61
2.	Persona física que actúa en un ámbito ajeno a su actividad empresarial	62
3.	Contrato relacionado de manera indirecta con la actividad empresarial	64
4.	Contrato con doble finalidad (empresarial y personal)	65
5.	Persona física con ánimo de lucro	65
6.	La persona jurídica como consumidora	66
7.	La entidad sin personalidad jurídica como consumidora	67
8.	Consumidor en caso de subrogación contractual	68
9.	El pequeño empresario como consumidor	68
10.	El fiador o garante como consumidor	68
11.	La vinculación funcional entre el deudor principal y el garante	69

12. La vinculación funcional del garante con la sociedad deudora de la que es administrador o socio	70
13. La vinculación funcional del garante cónyuge del deudor empresario	71
14. El consumidor vulnerable en la LGDCU	71
15. Elementos de la definición legal de consumidor vulnerable ...	72
16. El consumidor vulnerable como contratante	74
17. El consumidor vulnerable como destinatario de prácticas comerciales, publicidad e información precontractual	75
18. Consumidor experto	76
19. Consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz	77
20. La prueba de la condición de consumidor	77
21. El concepto de empresario en la LGDCU	78
Aplicaciones	79
§ 3	
LA TRANSPARENCIA EN GENERAL	81
Materiales	81
Fundamentos	84
1. Incorporación y transparencia en la Directiva 93/13	84
2. Desdoble del régimen en el Ordenamiento jurídico español ...	85
3. El control de incorporación o transparencia formal	86
4. El control de transparencia material	87
5. Falta de transposición del art. 4.2 Directiva 93/13	87
6. Información precontractual preceptiva	87
7. Transparencia y cláusulas accesorias	88

8.	Transparencia, abusividad y cláusulas esenciales	89
9.	Configuración de la jurisprudencia española del control de transparencia	90
9.1.	<i>Control de transparencia como un tercer control autónomo ...</i>	90
9.2.	<i>Carácter subjetivo u objetivo del control de transparencia</i>	92
10.	Configuración de la jurisprudencia europea del control de transparencia	94
11.	Transparencia y acciones colectivas	94
12.	Parámetros de transparencia	95
13.	Consecuencias de la declaración judicial de intransparencia	96
14.	¿Control de abusividad de cláusulas esenciales intransparen- tes?	98
15.	Transparencia y empresarios	99
16.	La intransparencia como nueva causa de nulidad en el art. 83 LGDCU	100
	Aplicaciones	101
§ 4		
	TRANSPARENCIA HIPOTECARIA	105
	Materiales	105
	Fundamentos	106
1.	Cuatro regímenes especiales de transparencia hipotecaria ...	106
2.	Ámbitos de aplicación que se solapan	107
3.	Relación jurídica de consumo	110
4.	Contratar, novar y subrogar	111
5.	Información estandarizada y de agregación sucesiva	113
6.	La transparencia hipotecaria como régimen especial de transparencia de mercado carácter objetivo	113

7.	Información precontractual en los créditos hipotecarios contratados a distancia	116
8.	Información precontractual en créditos con hipoteca en inmueble no residencial concedido por entidad que no sea de crédito	117
9.	Información precontractual en la hipoteca inversa	119
10.	Descripción general del régimen de transparencia de la Ley 5/2019	120
11.	Previo registro y publicidad de las condiciones generales de la contratación	120
12.	Publicidad de contratos de crédito inmobiliario	121
13.	La FIPRE	122
14.	La FEIN, otras informaciones adicionales y las explicaciones adecuadas	123
15.	Protocolo notarial de transparencia	125
16.	Falta de transparencia no subsanada	126
17.	Información durante la vigencia del contrato	127
	Aplicaciones	127
§ 5		
	REQUERIMIENTOS LEGALES DE INFORMACIÓN CONTRACTUAL	131
	Materiales	131
	Fundamentos	133
1.	El modelo legal de la información al consumidor	133
2.	Polimorfismo de la información obligatoria	134
3.	Apertura y contingencia del modelo legal	135
4.	Crítica del modelo legal	136

5.	Informar y más allá	136
6.	Los intereses protegidos por las normas de provisión de información	137
7.	Mapa de las taxonomías informativas	138
7.1.	Un modelo tipo	138
7.2.	Exigencias de información superfluas	139
8.	Formatos y soportes	140
9.	Sanciones por contravención	142
9.1.	El horizonte temporal de la información suministrada	142
9.2.	Remedios generales	142
9.3.	Sanciones atípicas	143
9.4.	Pérdida del rango obligatorio	144
9.5.	Caducidad de derechos o facultades del predisponente	144
9.6.	La condición se entiende por cumplida	145
9.7.	Integración del contrato	146
9.8.	Indemnización de daños	146
10.	El tiempo para suministrar la información	147
10.1.	La diversidad normativa	147
10.2.	Síntesis	147
10.3.	Fichas, folletos, documentación externa	148
11.	Excursus. Los niveles sintácticos de la información, con el ejemplo del derecho de desistimiento	149
	Aplicaciones	151
§ 6		
	CLÁUSULAS NULAS Y CLÁUSULAS ABUSIVAS	153
	Materiales	153
	Fundamentos	155
1.	El control de contenido de las cláusulas no negociadas	155
2.	Negociación	157

3. Abusividad	157
4. Efectos	158
5. Panorama de cláusulas abusivas	159
5.1. <i>Cláusulas abusivas por vincular el contrato a la voluntad del empresario</i>	159
5.2. <i>Cláusulas abusivas por limitar los derechos básicos del consumidor y usuario</i>	163
5.3. <i>Cláusulas abusivas por falta de reciprocidad</i>	165
5.4. <i>Cláusulas abusivas sobre garantías</i>	167
5.5. <i>Cláusulas abusivas que afectan al perfeccionamiento y ejecución del contrato</i>	168
5.6. <i>Cláusulas abusivas sobre competencia y derecho aplicable</i> ...	170
Aplicaciones	171
§ 7	
PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES	175
Materiales	175
Fundamentos	176
1. Alcance	176
2. Prácticas comerciales y contratos	177
3. Armonización y concurrencia normativa	177
4. Plataformas, intermediarios	178
5. Reglas de integración de la normativa de prácticas comerciales desleales	179
6. El test de causalidad	180
7. Prohibición de la práctica y prohibición de contenidos	181
8. Los nichos de deslealtad	182
9. Elenco	184
Aplicaciones	189

§ 8	
CLÁUSULAS QUE SE QUITAN, MODERAN Y REEMPLAZAN ...	193
Materiales	194
Fundamentos	195
1. Consecuencias de la nulidad de una cláusula en el Derecho común	195
2. Consecuencias de la abusividad de una cláusula en contratos con consumidores	196
2.1. <i>Un poco de historia: nulidad parcial con recomposición del contrato conforme al artículo 1258 CC</i>	196
2.2. <i>La irrupción de la doctrina comunitaria: nulidad parcial sin posibilidad de integración</i>	196
2.3. <i>Objetivo de la regla general: la prevención de conductas abusivas</i>	197
2.4. <i>Carácter expansivo de la regla</i>	197
2.5. <i>¿A qué cláusulas se aplica la regla general?</i>	198
2.6. <i>“Cláusulas de vinculación” prohibidas</i>	199
2.7. <i>Renuncia del consumidor al sistema de protección</i>	200
2.8. <i>Primera excepción a la regla general: nulidad contractual perjudicial para el consumidor</i>	200
2.8.1. <i>La nulidad total</i>	200
2.8.2. <i>El perjuicio al consumidor</i>	202
2.8.3. <i>¿Imperatividad de la integración en casos de nulidad total?</i>	203
2.9. <i>Segunda excepción a la regla general: “casos sui generis”</i> ...	203
2.9.1. <i>Los intereses moratorios de los préstamos</i> ...	204
2.9.2. <i>La cláusula de gastos de los préstamos hipotecarios</i>	205
2.9.3. <i>Conclusión parcial</i>	206
2.10. <i>¿Con qué se recompone el contrato?</i>	206
2.10.1. <i>El derecho supletorio</i>	206
2.10.2. <i>Integración con normas aplicables en caso de acuerdo de las partes</i>	207

2.10.3.	Prohibición de integración con normas de carácter general	207
2.10.4.	Integración con normas imperativas específicamente creadas para colmar las lagunas	208
2.10.5.	Emplazamiento a las partes para que acuerden la recomposición del contrato	208
2.10.6.	Integración tomando en cuenta la totalidad del derecho interno	208
Aplicaciones		209
§ 9		
PRECIO		213
Materiales		213
Fundamentos		215
1. La norma de indicación de precios		216
1.1.	<i>La obligación de exhibir el precio del producto a la venta</i> ...	216
1.2.	<i>El "precio de venta" y el "precio por unidad de medida"</i>	216
1.3.	<i>Excepciones a la obligación general de indicar el "precio de venta" y el "precio por unidad de medida"</i>	217
1.4.	<i>La obligación de indicar el precio en la publicidad de productos</i>	218
2. La transparencia de las reducciones de precios		218
2.1.	<i>El anuncio de reducción de precios</i>	218
2.2.	<i>¿Qué se entiende por "precio anterior"?</i>	220
2.3.	<i>Prácticas comerciales desleales en los anuncios de reducción de precios</i>	221
3. Composición y segregación del precio		222
3.1.	<i>El precio en la norma general de consumidores</i>	222
3.2.	<i>El precio final en transporte aéreo</i>	223
3.3.	<i>La información al consumidor sobre el precio de la vivienda</i>	224
4. El precio en los contratos de crédito con consumidores		225

4.1.	<i>Contratos de crédito al consumo: concepto de precio e información al consumidor</i>	226
4.2.	<i>Crédito inmobiliario: el precio del préstamo stricto sensu</i> ...	228
Aplicaciones		230
§ 10		
PRODUCTOS Y SERVICIOS DIGITALES		233
Materiales		234
Fundamentos		235
1.	Contenido digital, servicio digital y bienes con elementos digitales	235
2.	Fórmulas contractuales	236
3.	Reglas especiales en virtud del medio de distribución (material o inmaterial)	237
3.1.	<i>Acto de disposición, incumplimiento y transmisión del riesgo</i>	237
3.2.	<i>Derecho de desistimiento</i>	238
4.	Régimen de garantías de los contenidos y servicios digitales ...	239
4.1.	<i>Contratos excluidos</i>	239
4.2.	<i>Falta de suministro</i>	240
4.2.1.	Suministro en un solo acto o en varios individuales	240
4.2.2.	Suministro continuo	241
4.3.	<i>Criterios de conformidad</i>	241
4.4.	<i>Falta de conformidad y medidas correctoras</i>	242
4.5.	<i>Puesta en conformidad</i>	243
4.6.	<i>Reducción del precio (en dinero) y resolución del contrato</i> ...	244
4.6.1.	Reducción del precio en contratos de ejecución sucesiva	244
4.6.2.	Restitución del precio en dinero y de los contenidos suministrados en soporte material	245

4.6.3.	“Restitución” de los datos personales y de los contenidos o servicios suministrados vía online	245
4.6.4.	¿Qué sucede con los contenidos proporcionados o creados por el consumidor?	246
4.7.	<i>Vulneración de derechos de terceros</i>	246
4.8.	<i>Modificación unilateral de los contenidos o servicios digitales por el empresario</i>	247
4.9.	<i>Presunción de falta de conformidad y carga de la prueba</i> ...	247
5.	Monetización de los datos personales	248
5.1.	<i>¿Fin a la gratuidad en línea?</i>	248
5.2.	<i>Consecuencias derivadas del reconocimiento de los datos personales como moneda</i>	249
6.	Derechos del consumidor sobre contenidos y servicios digitales protegidos por derechos de autor o afines	250
7.	Intermediarios. Plataformas de intercambio de vídeos	251
	Aplicaciones	253
§ 11		
EL DERECHO DE DESISTIMIENTO		255
Materiales		256
Fundamentos		258
1.	Concepto y régimen	258
2.	Ámbito objetivo de aplicación del régimen general y sectorial de contratos a distancia y fuera de establecimiento mercantil	259
3.	Características del derecho de desistimiento	259
4.	Incidencia de la información sobre el desistimiento en la fijación del plazo para desistir	260
5.	Alcance de la ineficacia derivada del desistimiento	261

6. El derecho de desistimiento en la información precontractual	262
6.1. <i>Sobre qué informar</i>	262
6.2. <i>Cómo informar</i>	263
6.3. <i>Información previa en contratos celebrados a través de plataformas en línea</i>	264
6.4. <i>¿La presentación de condiciones generales a través de un enlace o hipervínculo que sea necesario activar con un click cumple la obligación de procurar la información previa en soporte duradero?</i>	264
6.5. <i>Incumplimiento del deber de información previa sobre el desistimiento</i>	265
7. Documento de desistimiento	266
7.1. <i>¿Es obligado el empleo del documento de desistimiento para desistir?</i>	266
7.2. <i>¿En qué momento ha de facilitarse el formulario de desistimiento?</i>	267
8. Dies a quo del plazo de desistimiento en los contratos mixtos	268
9. Gastos vinculados	269
9.1. <i>Reglas</i>	269
9.2. <i>Repercusión de costes de devolución en las compras realizadas a través de plataforma intermediaria</i>	269
10. Reembolso del pago	270
11. Desistimiento en relación con los bienes	271
11.1. <i>Responsabilidad por mal uso del bien</i>	271
11.2. <i>Riesgo por pérdida del bien</i>	272
12. Desistimiento en contratos de prestación de servicios y suministros	273
12.1. <i>¿Puede solicitar el consumidor el comienzo de la ejecución del servicio (incluidos servicios digitales) o suministro (incluido contenido digital en línea) durante el periodo de desistimiento?</i>	273

12.2.	<i>¿Qué gastos debe abonar el consumidor que desiste si ha solicitado expresamente el comienzo de ejecución del servicio o el suministro?</i>	273
12.3.	<i>¿Se excluye el derecho de desistimiento cuando el servicio contratado está completamente ejecutado, pero no se ha informado del derecho a desistir?</i>	274
12.4.	<i>Síntesis del desistimiento de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales</i>	275
12.5.	<i>Contenido digital o de servicio digital: ¿cómo se resuelve la duda?</i>	276
13.	Algunas exclusiones del derecho de desistimiento	277
13.1.	<i>¿Se excluye el derecho de desistimiento en la compra on line de entradas para un evento de esparcimiento realizada a través de una plataforma intermediaria?</i>	277
13.2.	<i>¿Se excluye el derecho de desistimiento por razones de salud e higiene en los bienes desprecintados en todo caso?</i>	278
14.	Desistimiento convencional	278
	Aplicaciones	279
§ 12		
	CONFORMIDAD DE LOS BIENES Y REMEDIOS POR DISCONFORMIDAD	281
	Materiales	281
	Fundamentos	283
1.	Régimen especial para la falta de conformidad en la venta de bienes de consumo	283
2.	Contratos sometidos	284
3.	El bien entregado ha de ser conforme al contrato	285
4.	Criterios de conformidad subjetivos	286
5.	Criterios de conformidad objetivos	287
6.	Tipos de falta de conformidad	288

7. Responsabilidad del vendedor por la falta de conformidad del bien	289
8. El plazo de manifestación de la falta de conformidad	290
9. La preexistencia de la falta de conformidad a la entrega y su prueba	290
10. El desconocimiento por el consumidor de la falta de conformidad	291
11. Los derechos del consumidor	291
12. La puesta en conformidad del bien: reparación y sustitución	292
13. Remedios subsidiarios: reducción del precio y resolución ...	294
14. Plazo de denuncia de la falta de conformidad y de prescripción del derecho	296
15. Responsabilidad del productor por la falta de conformidad ...	296
16. Acción de repetición	297
17. La garantía comercial	298
18. Los servicios postventa	300
Aplicaciones	300
§ 13	
EL CONSUMIDOR COMPRADOR DE VIVIENDA	303
Materiales	304
Fundamentos	305
1. Los niveles normativos del contrato de compraventa de vivienda con consumidores	305
2. Cláusulas abusivas específicas en contratos de compraventa de vivienda	307
2.1. Cláusulas abusivas específicas expresamente previstas en el LGDCU	307

2.2.	<i>Cláusulas de repercusión de gastos, cargas y tributos que corresponden al vendedor (art. 89.3 LGDCU)</i>	308
2.3.	<i>Cláusulas que vinculan el contrato a la voluntad del promotor o vendedor (art. 85 LGDCU)</i>	311
2.4.	<i>Cláusulas que limitan la responsabilidad del vendedor por incumplimiento</i>	312
2.5.	<i>Cláusulas abusivas por falta de reciprocidad</i>	314
2.6.	<i>Cláusulas abusivas por imponer bienes accesorios o servicios no solicitados o incrementar el precio de prestaciones incluidas en la principal (art. 89.4 Y 5 LGDCU)</i>	315
2.7.	<i>Cláusulas que imponen garantías desproporcionadas (88.1 LGDCU) o penalizaciones desproporcionadas (86.6 LGDCU) en caso de incumplimiento del contrato</i>	316
2.8.	<i>Cláusulas abusivas por imponer renunciaciones a los derechos del consumidor</i>	316
3.	Problemas específicos en la compraventa de viviendas en construcción	317
3.1.	<i>Falta de conformidad y daños producidos por viviendas defectuosas</i>	317
3.2.	<i>¿Qué son "daños no cubiertos por régimen legal específico"? ...</i>	318
3.3.	<i>Ampliación objetiva y subjetiva del régimen de la conformidad con la vivienda entregada</i>	318
3.4.	<i>Cláusulas contractuales de aceptación de estatutos de la comunidad de propietario</i>	319
3.5.	<i>Reservas unilateralmente incluidas en el título constitutivo o los estatutos de la propiedad horizontal</i>	320
3.6.	<i>Garantías de las cantidades entregadas a cuenta del precio durante la construcción</i>	321
3.6.1.	Presupuestos del régimen legal de cantidades adelantadas	321
3.6.2.	Reglas básicas del régimen de garantías de devolución de cantidades anticipadas	323
3.6.3.	Cantidades objeto de garantía	324
	Aplicaciones	325

§ 14	
CONTRATOS CELEBRADOS A DISTANCIA	329
Materiales	330
Fundamentos	332
1. Régimen	332
2. Ámbito objetivo de aplicación: criterios delimitadores del contrato a distancia	332
2.1. <i>Sistema organizado de contratación</i>	333
2.2. <i>Inexistencia de presencia física simultánea de los contratantes</i>	333
2.3. <i>Empleo de una o varias técnicas de comunicación a distancia</i>	334
2.4. <i>¿Es contrato a distancia la compraventa celebrada a partir del anuncio del vendedor en el portal web "milanuncios.com" y concluida vía WhatsApp?</i>	334
3. Contratos excluidos	335
4. Información precontractual	335
4.1. <i>Contenido de la información</i>	335
4.2. <i>Forma de suministrar la información</i>	337
4.3. <i>Momento en que debe suministrarse</i>	337
5. Información precontractual adicional en la contratación a través de mercados en línea	338
6. Confirmación contractual posterior	340
6.1. <i>Forma, tiempo y contenido</i>	340
6.2. <i>¿La inserción de la información precontractual en las condiciones generales de la página web del empresario cumple con el deber de confirmación documental?</i>	340
6.3. <i>¿Qué ocurre si el consumidor no recibe la confirmación del contrato?</i>	341
7. Contratos electrónicos	342
7.1. <i>Régimen</i>	342

7.2.	<i>Información precontractual adicional: contenido y forma ...</i>	342
7.3.	<i>¿Cumple el deber de información precontractual la remisión a la página web del empresario? Doctrina contradictoria del TJUE</i>	343
7.4.	<i>Incumplimiento del deber de información previa</i>	344
7.5.	<i>Confirmación contractual posterior</i>	344
7.6.	<i>¿Queda vinculado en todo caso el consumidor que pulsa el “botón de pedido”?</i>	344
7.7.	<i>¿Basta con la aceptación de las condiciones generales mediante un primer click para entender perfeccionado el contrato y vinculado el consumidor o es necesario pulsar un segundo click para ello?</i>	345
7.8.	<i>Información sobre restricciones de entrega y modalidades de pago</i>	346
8.	¿Cómo se “distribuye” la información previa en los contratos celebrados por medios con espacio y tiempo limitados?	346
9.	Contratos telefónicos	347
9.1.	<i>Información precontractual</i>	347
9.2.	<i>Confirmación escrita de la oferta</i>	347
9.3.	<i>¿Cuándo se entiende perfeccionado el contrato celebrado por teléfono?, ¿en el momento del “sí quiero” o en el que se envía el justificante de consentimiento?</i>	348
9.4.	<i>¿Es suficiente la grabación telefónica como justificante de la celebración del contrato?</i>	348
10.	Síntesis sobre los soportes para facilitar información precontractual y confirmación del contrato a distancia	348
11.	Venta de medicamentos a través de sitios web	349
11.1.	<i>Marco jurídico</i>	349
11.2.	<i>¿Es legal la venta de medicamentos (con y sin prescripción médica) a través de una APP con entrega directa del producto al mensajero en la farmacia designada virtualmente?</i>	349
12.	Ejecución del contrato a distancia	350

12.1. Entrega de bienes	350
12.2. Inejecución por falta de disponibilidad de bienes o servicios ...	350
12.3. Sustitución del bien o servicio	351
12.4. Transmisión de riesgos	351
12.5. Uso fraudulento de tarjeta	351
12.6. ¿Qué ocurre en la compra online con pago mediante tarjeta si el producto nunca llega al consumidor?	352
Aplicaciones	353
§ 15	
VIAJES COMBINADOS	355
Materiales	356
Fundamentos	357
1. Ámbito objetivo de aplicación de la Ley	357
1.1. Servicios de viaje	358
1.2. Viaje combinado	358
1.3. Servicios de viaje vinculado	359
2. Ámbito subjetivo de aplicación de la Ley	360
3. Contenido de la información precontractual y carácter vinculante	360
4. Solicitud de reserva de contrato	361
5. Perfección, contenido y documentación del contrato	361
6. El pago del precio	362
7. Información sobre disposiciones aplicables a pasaportes, visados y vacunas	362
8. Modificaciones antes del inicio	363
8.1. Cesión del contrato a otro viajero	363
8.2. Modificación del precio	363
8.3. Alteración de otras cláusulas contractuales	364
8.3.1. A instancias del organizador	364

8.3.2.	A instancias del viajero	364
8.4.	Cancelación por el organizador	365
8.5.	Desistimiento del viajero	365
9.	Responsabilidad de las agencias	367
9.1.	Cumplimiento defectuoso o falta de prestación de servicios ...	368
9.2.	Por errores en la reserva	371
9.3.	Causas de exoneración de responsabilidad	371
10.	Deber de colaboración del viajero al normal desarrollo del viaje	372
11.	Garantías	372
11.1.	Insolvencia	372
11.2.	Responsabilidad contractual	373
12.	Servicios de viaje vinculados	374
12.1.	Garantía frente insolvencia	374
12.2.	Información	374
13.	Prescripción de reclamaciones	375
14.	Régimen sancionador y competencia	375
	Aplicaciones	375
§ 16		
	CONTRATACIÓN Y PRESTACIÓN DE SUMINISTROS BÁSICOS (ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA)	379
	Materiales	380
	Fundamentos	383
1.	Servicios de interés general prestados en régimen de libre competencia	383
2.	Actividades reguladas y activades en competencia	384
3.	¿A quién reclamar? El síndrome del ping-pong	386
4.	¿Qué administración es competente para resolver las reclamaciones sobre los contratos de luz y gas?	387

5.	Un ejemplo sobre las dificultades de reclamar por las peculiaridades del sector energético: la responsabilidad por los daños derivados de la mala calidad del suministro eléctrico	389
6.	Naturaleza contractual y deudas pendientes: ¿puede condicionarse el alta en el suministro al pago de deudas anteriores?	390
7.	Contratación de suministros. Prohibición de la contratación a domicilio	391
8.	¿Qué tarifa es más aconsejable?	391
9.	¿Puede el usuario desistir del contrato de suministro (energético o de agua)?	392
10.	Servicios adicionales, accesorios o complementarios al suministro	393
11.	¿Pueden los comercializadores modificar el precio de la energía contratada “a precio fijo”?	394
	11.1. <i>Modificación por motivos válidos previstos en el contrato</i>	394
	11.2. <i>Comunicación al usuario</i>	396
	11.3. <i>Derecho del usuario a causar baja sin incurrir en costes adicionales</i>	397
12.	¿Hasta cuándo se puede refacturar? Distinción entre refacturación y prescripción	397
13.	La eficacia ejecutiva de las facturas de suministros: pagar o cortar, esa es la cuestión	398
14.	Pobreza energética y consumidor vulnerable	399
	14.1. <i>Definiciones</i>	399
	14.2. <i>Medidas contra la pobreza energética</i>	400
15.	Revisión de instalaciones de gas natural: ¿cuándo? ¿cómo? ¿quién? ¿cuánto y cómo se paga?	402
16.	Facturación del suministro de agua	403
	Aplicaciones	404

§ 17	
LA CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	407
Materiales	407
Fundamentos	411
1. Introducción	411
2. Clasificación de inversores	412
3. Gestionar por cuenta ajena, asesorar, vender y meramente ejecutar	413
4. Obligaciones de información precontractual sobre los productos financieros	415
4.1. <i>Normativa pre-MiFID y MiFID</i>	415
4.2. <i>Normativa MiFID-II</i>	416
4.3. <i>Nuevas obligaciones de información en relación con el servicio de asesoramiento</i>	418
4.4. <i>Reglamento PRIIPs</i>	419
4.5. <i>La Orden ECC/2316/2015, relativa a las obligaciones de información y clasificación de productos financieros</i>	421
4.6. <i>Circular 1/2018, sobre advertencias relativas a los instrumentos financieros</i>	421
5. Obligación de averiguación del perfil del cliente	422
5.1. <i>Normativa pre-MiFID y MiFID</i>	422
5.1.1. <i>Test de conveniencia y su exención</i>	423
5.1.2. <i>Test de idoneidad</i>	423
5.2. <i>Normativa post-MiFID</i>	424
5.2.1. <i>Test de conveniencia</i>	424
5.2.2. <i>Test de idoneidad</i>	425
5.3. <i>Información sobre los test de idoneidad y conveniencia</i>	426
6. Remedios frente a la comercialización de productos financieros complejos	427
6.1. <i>Error en el consentimiento</i>	427

6.2. Responsabilidad contractual	428
7. Responsabilidad por el contenido del folleto	429
Aplicaciones	430
§ 18	
CONTRATACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	433
Materiales	434
Fundamentos	436
1. Delimitación: ¿qué son servicios de telecomunicaciones? ...	436
2. Servicios de interés general prestados en régimen de libre competencia	437
3. Concurrencia normativa: sectorial <i>versus</i> general de consumo	438
4. Usuarios finales, consumidores y consumidores vulnerables ...	438
5. Derechos específicos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones	439
6. Derecho a recibir información resumida y comparable antes de contratar. En particular, derecho a un resumen del contrato	440
7. Portabilidad en un día hábil y para todos los servicios	441
8. Derecho de acceso a una internet abierta, conforme al principio de neutralidad tecnológica	441
9. Derecho a mantener el servicio de correo electrónico tras causar baja en un servicio de acceso a internet	442
10. Problemas asociados a la contratación de servicios de telecomunicaciones: alta no consentida, carencia de justificante de la contratación e incumplimiento de deberes informativos ...	442
11. ¿Puede el usuario desistir del contrato de servicios de telecomunicaciones?	445

12. Contratos empaquetados (o <i>packs</i> integrados): aplicación del régimen de los contratos vinculados	446
13. ¿Se pueden cobrar a través de la factura de servicios de telecomunicaciones otros servicios (tarificación adicional, servicios de pago...)?	448
14. Servicios de <i>roaming</i> o itinerancia: ¿cuánto cuesta utilizar el móvil fuera de España?	448
15. Suscripción a televisión de pago: ¿puede el usuario ver su serie favorita mientras viaja por el extranjero?	449
16. Extinción del contrato por vencimiento del plazo: prórrogas, permanencias y penalizaciones	450
17. Derecho del abonado a causar baja unilateral y en cualquier momento (incluso en contratos con permanencia y con terminal subvencionado)	451
18. Resolución del contrato de prestación de servicios de telecomunicaciones por incumplimiento del operador	452
19. Rescisión del contrato de prestación de servicios de telecomunicaciones por modificación de condiciones	453
20. Procedimiento especial de resolución de reclamaciones	455
Aplicaciones	455
§ 19	
PRODUCTORES, PROVEEDORES, PLATAFORMAS, INTERMEDIARIOS, GUARDIANES DE ACCESO	459
Materiales	459
Fundamentos	461
1. Cadenas de imputación de responsabilidad civil por productos defectuosos	461
1.1. Producto y producto defectuoso	461
1.2. Responsabilidad del productor	462
1.3. Responsabilidad subsidiaria del proveedor	463

1.4.	<i>Responsabilidad del proveedor</i>	465
2.	Mercados en línea, proveedores de mercado en línea y plataformas en línea	465
2.1.	<i>La contratación a través de intermediarios</i>	465
2.2.	<i>¿Responden los intermediarios del incumplimiento de terceros?</i>	466
2.3.	<i>Plataformas de compraventas de bienes</i>	469
2.4.	<i>Plataformas de servicios</i>	470
2.5.	<i>Plataformas de reventa de entradas</i>	470
2.6.	<i>Servicios y mercados digitales</i>	474
2.6.1.	Servicios digitales	474
2.6.1.1.	Régimen de imputación	474
2.6.1.2.	Mecanismos de notificación y acción	478
2.6.1.3.	Publicidad en línea	479
2.6.1.4.	Obligaciones adicionales	480
2.6.1.5.	Obligaciones específicas para plataformas en línea	480
2.6.1.6.	Plataformas en línea y motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño	480
2.6.2.	Mercados digitales	481
2.6.2.1.	Abstenciones	482
2.6.2.2.	Obligaciones	483
	Aplicaciones	484
§ 20		
	SEGUROS DE VIDA, ACCIDENTES, VEHÍCULOS, MULTIHOGAR	487
	Materiales	488
	Fundamentos	490
1.	Protección jurídica del consumidor de seguros	490

2. Seguros de vida	491
2.1. <i>El derecho de desistimiento unilateral del tomador del seguro</i>	491
2.2. <i>El deber de declaración del riesgo como deber de contestación en el seguro de vida</i>	491
2.3. <i>Cláusula de indisputabilidad</i>	493
2.4. <i>Declaración inexacta de la edad del asegurado</i>	493
2.5. <i>Riesgos excluidos de la cobertura del seguro de vida</i>	494
2.6. <i>Cobertura de suicidio</i>	494
2.7. <i>Derecho de rescate y reducción de la suma asegurada</i>	494
2.8. <i>Derecho de renuncia del tomador en el seguro directo de vida</i>	495
2.9. <i>Seguros de vida vinculados a préstamos hipotecarios</i>	495
2.10. <i>Los seguros de vida unit linked</i>	496
2.11. <i>Coaseguro de seguros de vida</i>	496
3. Seguro de accidentes	497
3.1. <i>Determinación del momento del accidente</i>	497
3.2. <i>Delimitación del riesgo y cláusulas limitativas: la exclusión de la cobertura en caso de embriaguez en las pólizas de seguros de accidentes</i>	498
3.3. <i>Seguro Obligatorio de Viajeros (SOVI)</i>	499
4. Seguro de vehículos	500
4.1. <i>El seguro obligatorio de automóviles (SOA)</i>	500
4.1.1. <i>La cobertura no alcanza a los daños sufridos por el conductor asegurado causante del siniestro</i>	500
4.1.2. <i>Colisiones recíprocas (SOA)</i>	501
4.1.3. <i>Solicitud Seguro (SOA)</i>	501
4.1.4. <i>Acción de repetición de la aseguradora en caso de alcoholemia, aunque no tenga dicha exclusión específicamente firmada o aceptada como limitativa en el SOA</i>	501
4.2. <i>Impago de prima (SOA)</i>	502

4.2.1.	Primera prima o prima única	502
4.2.2.	En el caso de impago primas siguientes	503
5.	Seguro Multihogar	504
5.1.	<i>Concurrencia de seguros</i>	504
5.2.	<i>Subrogación aseguradora</i>	505
5.3.	<i>Cláusulas limitativas</i>	506
5.4.	<i>Infraseguro</i>	506
5.5.	<i>Cláusulas de revalorización automática de sumas y primas ...</i>	507
	Aplicaciones	507
§ 21		
	SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA	511
	Materiales	511
	Fundamentos	513
1.	El derecho del usuario a reclamar con eficacia	513
2.	Modelos de atención: presencial, telefónica o electrónica; personal o mecanizada; directa o a través de un tercero	514
3.	¿Todas las empresas deben tener un servicio de atención a la clientela? ¿También las PYMES? ¿Y las multinacionales extranjeras?	517
4.	¿Quiénes forman parte de la “clientela” a la que se debe atender?	518
5.	Funcionamiento del servicio de atención a la clientela	519
5.1.	<i>Constancia de la reclamación</i>	519
5.2.	<i>Accesibilidad universal</i>	521
5.3.	<i>Atención personal y directa</i>	522
6.	En particular, la atención telefónica	522
6.1.	<i>¿Es obligatorio para todas las empresas ofrecer atención telefónica gratuita?</i>	522
6.2.	<i>Coste de las llamadas a los servicios de atención al cliente ...</i>	523

7.	Disponibilidad del SAC: horario comercial <i>versus</i> atención 24 horas	526
8.	Plazo para responder. Valor del silencio	526
9.	¿Y si “todos sus operadores están ocupados”? ¿Y si siempre atiende un contestador? ¿Y si cada vez me dan una respuesta diferente? ¿Y si me responden pero no cumplen la respuesta?	527
10.	Impulso de sistemas de autocontrol de calidad de los servicios de atención al cliente	528
	Aplicaciones	529
	§ 22	
	LA FRUSTRACIÓN CONTRACTUAL DEL CONSUMIDOR: BODAS, BANQUETES, ENTIERROS, CONCIERTOS, AVIONES, ARRENDAMIENTOS DE VIVIENDA	533
	Materiales	534
	Fundamentos	535
1.	La frustración de contratos	535
2.	Bodas y celebraciones aplazadas y canceladas	536
	2.1. <i>Cancelación por imposibilidad del establecimiento</i>	536
	2.2. <i>Descausalización sobrevenida</i>	537
	2.3. <i>Cancelación por motivos personales de los novios</i>	538
3.	Entierros: servicios funerarios cobrados y no prestados	538
4.	La protección del consumidor ante conciertos o festivales que no pueden celebrarse	539
	4.1. <i>¿Si el concierto o actuación no puede celebrarse tiene que devolverse el dinero de la entrada al consumidor?</i>	539
	4.2. <i>¿El consumidor tiene que aceptar el cambio de fecha de un concierto o festival?</i>	541
	4.3. <i>¿Qué sucede con otros servicios contratados con motivo del espectáculo, como el desplazamiento, alojamiento y manutención?</i>	542

5. Cancelaciones de vuelos	542
5.1. <i>Los derechos de los pasajeros de vuelos y la concurrencia de circunstancias extraordinarias</i>	543
5.2. <i>Anulación de bonos sustitutorios</i>	544
6. Normativa sobre imposibilidad sobrevenida	544
7. Contratos de tracto sucesivo	546
7.1. <i>¿Puede exigirse la contraprestación pese a que el servicio no haya sido prestado (sin que medie culpa del consumidor)? ...</i>	547
8. Los riesgos del arrendatario de vivienda	548
8.1. <i>¿Cuál es la indemnización que tiene derecho a percibir el arrendador de una vivienda cuando el inquilino o arrendatario desiste unilateralmente del contrato antes de que finalice el plazo pactado?</i>	548
8.2. <i>El arrendatario no puede pagar el alquiler</i>	549
Aplicaciones	550

§ 23

SOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONFLICTOS DE CONSUMO	553
Materiales	553
Fundamentos	555
1. Solución extrajudicial de conflictos	555
1.1. <i>Delimitación</i>	555
1.2. <i>Derecho europeo</i>	555
1.3. <i>Ley 7/2017</i>	556
1.3.1. <i>ADRs</i>	556
1.3.2. <i>Los procedimientos de ADRs</i>	557
2. Mediación y conciliación	558
2.1. <i>Mediación</i>	559
2.2. <i>Conciliación</i>	562
3. Arbitraje de consumo	563

3.1.	<i>Regulación y notas características</i>	563
3.2.	<i>Organización, gestión y administración</i>	563
3.3.	<i>El Convenio arbitral</i>	565
3.4.	<i>El procedimiento arbitral</i>	566
4.	Arbitraje a través de plataformas online	572
5.	Arbitrajes especiales	573
5.1.	<i>Arbitraje electrónico</i>	573
5.2.	<i>Arbitraje colectivo</i>	574
5.3.	<i>Arbitraje de transportes terrestres</i>	574
5.4.	<i>Transporte aéreo</i>	575
5.5.	<i>Sector financiero</i>	576
	Aplicaciones	577

§ 24

	TIPIFICACIÓN Y CONCURRENCIA DE INFRACCIONES DE CONSUMO	579
	Materiales	579
	Fundamentos	581
1.	Justificación del Derecho sancionador de consumo	581
2.	Universo de remedios frente al incumplimiento de normas de consumo	582
2.1.	<i>Remedios en vía civil y régimen sancionador de consumo y sectorial</i>	582
2.2.	<i>Cabe sanción administrativa o penal y restauración del interés privado del consumidor</i>	584
2.3.	<i>Pero no cabe doble sanción administrativa o penal por los mismos hechos</i>	584
2.4.	<i>No todo procedimiento administrativo es sancionador</i>	585
3.	Tipicidad del injusto y de la sanción	585
3.1.	<i>Ley formal y potestad reglamentaria</i>	585
3.2.	<i>La subsunción de la conducta en el tipo del injusto</i>	588

3.3.	<i>Sobre la exigencia de culpa del infractor</i>	590
3.4.	<i>La presunción constitucional de inocencia y el Derecho sancionador de consumo</i>	590
3.5.	<i>Elenco de infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios</i>	591
3.6.	<i>Elenco de sanciones y su graduación</i>	593
4.	Concurrencia de competencias sancionadoras	593
4.1.	<i>Los escenarios de concurrencia</i>	593
4.2.	<i>Competencia de consumo y competencia sectorial</i>	594
4.3.	<i>Competencia para sancionar infracciones suprarregionales</i> ...	596
	Aplicaciones	599

Libro electrónico. Guía de uso