



MARCO COMPETENCIAL EN CONSUMO

MERIDA

24 Y 25 DE OCTUBRE DE 2022

La parte contratante de la primera parte...

[Una noche en la Ópera, escena de la parte contratante.. - YouTube](#)

- *- Haga el favor de poner atención en la primera cláusula porque es muy importante. Dice que... la parte contratante de la primera parte será considerada como la parte contratante de la primera parte. ¿Qué tal, está muy bien, eh?*
 - No, eso no está bien. Quisiera volver a oírlo.*
 - Dice que... la parte contratante de la primera parte será considerada como la parte contratante de la primera parte.*
 - Esta vez creo que suena mejor.*
 - Si quiere se lo leo otra vez.*
 - Tan solo la primera parte.*
 - ¿Sobre la parte contratante de la primera parte?*
 - No, solo la parte de la parte contratante de la primera parte.*
 - Oiga, ¿por qué hemos de pelearnos por una tontería como ésta? La cortamos.*
 - Sí, es demasiado largo. ¿Qué es lo que nos queda ahora?*
 - Dice ahora... la parte contratante de la segunda parte será considerada como la parte contratante de la segunda parte.*
 - Eso si que no me gusta nada. Nunca segundas partes fueron buenas. Escuche: ¿por qué no hacemos que la primera parte de la segunda parte contratante sea la segunda parte de la primera parte?*



TRLGDCU

- Las referencias a las **Administraciones públicas competentes** o la inclusión en el texto refundido de normas sobre contratos cuyo control administrativo está atribuido a administraciones sectoriales distintas de las competentes en materia de consumo, **no tiene efectos de atribución o modificación de las competencias** administrativas atribuidas por la normativa estatal o autonómica que resulte de aplicación.
- El texto refundido **no prejuzga cuáles sean las Administraciones públicas competentes** en relación con las materias contenidas en él, consciente de que la protección de los consumidores es una materia pluridisciplinar en la que concurren diversas Administraciones. Las Administraciones públicas competentes serán, en cada caso, las que tengan atribuida tal competencia por razón de la materia con pleno respeto a la autonomía organizativa de las distintas Administraciones involucradas, en particular en las materias relacionadas con la salud y el turismo.

INTRODUCCIÓN

- La protección al consumidor no está directamente contemplada en la **distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas** contenida en los artículos 148 CE y 149 de la CE, debido, a que se trata de una materia que, dado su **carácter pluridisciplinar**, resulta en todo caso **compartida entre el Estado y las Comunidades Autónomas**.
- STC Pleno de 26 enero 1989 (J1989/582)
- STC Pleno de 30 noviembre 1982 (J1982/71)

STC Pleno de 26 enero 1989

- En este sentido se manifiesta la STC Pleno de 26 enero 1989, al indicar en su Fundamento de derecho primero que el hecho de que la **competencia en esta materia RESULTA COMPARTIDA** entre el Estado y las CCAA *se puede comprobar en algunos Estatutos de Autonomía, como el del Estatuto de Autonomía de Cataluña art.30apa.1par.4 Ley Orgánica 1/1981, de 6 de abril, Estatuto de Autonomía para Galicia del Estatuto de autonomía de Galicia, al reconocerse en ellos que la competencia "exclusiva" sobre defensa de consumidores y usuarios se actuará por la correspondiente Comunidad Autónoma en los términos de lo dispuesto en los arts.38 CE , art.131 CE y art.149apa.1 CE núms. 11 y 13 de la CE, o que dicha competencia "exclusiva" lo será "sin perjuicio de la política general de precios, la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y de la legislación sobre defensa de la competencia"*

ESTATUTOS DE AUTONOMIA

- Al amparo de lo dispuesto en el art.149apa.3 CE, diversos Estatutos de Autonomía asumieron la competencia en esta materia, desarrollando posteriormente sus propios estatutos de los consumidores.
- Ley 6/2019, de 20 de febrero, del Estatuto de las personas consumidoras de Extremadura



Ley Consumidores Extremadura

- Entre las **competencias exclusivas** atribuidas por la Ley Orgánica 1/2011, de 28 de enero, de Reforma del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Autónoma de Extremadura, se recoge en el **artículo 9.18** las referidas a **«Consumo. Regulación de las medidas de prevención, protección y defensa de los personas consumidoras y personas usuarias, de sus derechos y de los órganos y procedimientos de mediación. Lucha contra el fraude.»**
- En ejercicio de esta competencia, en virtud del entonces vigente Estatuto de Autonomía, aprobado por Ley Orgánica 1/1983, de 25 de febrero, se aprobó la **Ley 6/2001, de 24 de mayo, del Estatuto de los Consumidores de Extremadura**, en el marco de la legislación básica del Estado, y en los términos en ella establecidos en materia de defensa de la persona consumidora y persona usuaria, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado, las bases y coordinación general de la sanidad, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.11, 13 y 16 de la Constitución española

Aplicación supletoria LCU



- El Tribunal Constitucional se plantea el problema del título o títulos competenciales en que pueda fundamentarse la Ley impugnada; y desde el artículo art.149apa.3 CEart.149apa.3 CE, que establece la regla de que **el Derecho estatal será, en todo caso, supletorio del Derecho de las Comunidades Autónomas**, concluye que tal artículo daría por sí mismo cobertura suficiente a la LCU, por cuanto que en todo caso sería válida para **todas aquellas Comunidades Autónomas que no hayan asumido competencialmente la defensa de los Consumidores y Usuarios**, bien por imposibilidad constitucional, bien por simple decisión de los propios Estatutos; **si bien la LCU quedaría desprovista de eficacia directa en aquellos ámbitos territoriales en que las correspondientes Comunidades Autónomas hubieran ejercitado las competencias legislativas sobre la materia.**

- Además, añade la Sentencia, el Estado dispone a priori de diversos títulos competenciales, constitucionalmente indisponibles para todas -y aquí sin excepción- las Comunidades Autónomas, que tienen una evidente incidencia en la defensa del consumidor y del usuario, motivado por el hecho de que esta materia se caracteriza ante todo por su contenido pluridisciplinar, en el que se concita una amplia variedad de materias que sí han sido directa y expresamente tomadas en consideración por el art.149apa.1 CEart.149apa.1 CE a los efectos de concretar las competencias del Estado, tal y como ya se dijo en las STC Pleno de 30 noviembre 1982.



Así, indica la STC Pleno de 26 enero 1989, que la defensa del consumidor y del usuario nos sitúa, ante **cuestiones propias de la legislación civil y mercantil**, de la protección de la salud y seguridad física, de los intereses económicos y del derecho a la información y a la educación en relación con el consumo, de la actividad económica y, en fin, de otra serie de derechos respecto de los cuales pudiera **corresponder al Estado la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad en su ejercicio y en el cumplimiento de sus deberes** (art.149apa.1 CEart.149apa.1 CE, en sus núms. 1, 6, 8, 10, 13, 16 y 29, principalmente); es decir, ante materias que la Constitución toma como punto de referencia para fijar las **competencias mínimas que, por corresponder al Estado, quedan al margen del ámbito de disponibilidad de los Estatutos de Autonomía.**

Por último, añade que ante la situación de heterogeneidad que provocan los distintos niveles competenciales de las diversas Comunidades Autónomas, es absolutamente necesario que el legislador estatal prevea expresamente el ámbito de aplicación de las leyes y demás normas que dicte, a fin de eliminar, o al menos atemperar, la inseguridad jurídica que dimana del carácter general con que se suelen presentar esas normas, de lo cual es buena prueba la Ley que nos ocupa, en que tales previsiones no se han realizado.



Finalmente la STC Pleno de 26 enero 1989 declaró inconstitucionales y, por tanto, nulos los arts. 8.3art.8apa.3 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. , inciso 2, en la expresión "constituidas de acuerdo con lo establecido en esta Ley", y el art.40art.40 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios., y también declaró que **determinados artículos no son de aplicación directa en las Comunidades que constitucionalmente, en virtud de sus respectivos Estatutos de Autonomía hayan asumido la competencia plena sobre defensa de los consumidores y usuarios, o sobre las asociaciones de consumidores y usuarios.**

Por otro lado, el Capítulo Décimo de la LGDCUcap.10 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. , se refiere a las competencias en la materia, refiriéndose el artículo 39art.39 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. a las materias que corresponderán a la Administración del Estado, y el artículo 40art.40 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. , que se refería a las Comunidades Autónomas, fue declarado inconstitucional por la STC Pleno de 26 enero 1989 comentada.

RECLAMACIÓN DE CONSUMO

- Modelo de formulario
- Hoja de Reclamaciones
- Reclamaciones en el propio establecimiento donde se producen los hechos,
- Reclamación ante las Administraciones de Consumo:
 - a la Oficina Municipal de Información al Consumidor (O.M.I.C.) de su localidad,
 - o la Dirección General de Consumo de su Comunidad Autónoma.
- La actuación de estas Administraciones se inicia con una **MEDIACIÓN** con la empresa con la que mantiene una controversia, con el fin de allanar posiciones de forma que se logre el resultado mas satisfactorio para ambas partes
- a través de estos servicios de las Administraciones de Consumo, Vd. puede recibir una **INFORMACIÓN** adecuada sobre los derechos que le asisten y las posibilidades de ejercicio de éstos y, en general, cualquier información relacionada con el ámbito de consumo.
- En algunos casos, la reclamación que formule servirá de punto de partida para el inicio de las actuaciones tendentes a determinar la existencia o inexistencia de supuestos de hecho **SANCIONABLES** administrativamente.
- También puede recurrir a las **Asociaciones de Consumidores** y **A OTROS ORGANISMOS** para ciertos sectores específicos.

OBJETIVOS

1

MEDIACIÓN: definir el marco competencial de consumo ante la existencia de **entidades sectoriales específicas de resolución de conflictos** (banca, seguros, transportes, energía, telecomunicaciones, etc...)

2

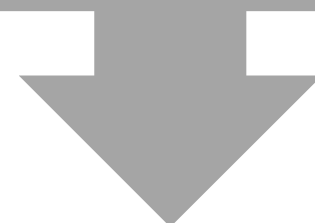
INSPECCIÓN: definir el marco competencial de consumo frente a otras administraciones con competencias específicas en **inspección y control de determinados sectores** (sanidad y salud pública, turismo, calidad alimentaria, etc...)

3

SANCIONADOR: definir el marco competencial de consumo frente a otras administraciones con competencias específicas (calidad alimentaria, turismo, industria, etc...)

RECLAMACIONES Y SANCIONES

ADMINISTRACIONES SECTORIALES (vgr.
con turismo por las reclamaciones covid)



ADMINISTRACIONES (TERRITORIALES) DE
CONSUMO:

RECLAMACIONES: Acuerdo de conferencia
sectorial según el cual tramita la
reclamación en vía mediadora o arbitral la
**Administración del domicilio del
consumidor.**

SANCIONADOR: Lugar de comisión de la
infracción.

COMPETENCIA TERRITORIAL CONSUMO- RECLAMACIONES

- En mi opinión, es una pérdida de tiempo y solo sirve para retrasar la resolución de la reclamación,
- Yo creo que lo determinante es el **acceso a la empresa por parte de la administración de consumo y no el domicilio del consumidor**, estas mediaciones con empresas de otras CCAA **son infructuosas en el 90% de los casos**.
- Se planteaba el problema de que había **CCAA que remitían a CONSUMO** para su tramitación por el citado acuerdo reclamaciones de sectores ajenos a consumo, como turismo, hostelería...con lo que se daba la paradoja de que teníamos que tramitar reclamaciones contra **establecimientos hoteleros de otra CCAA** que no tramitaríamos en caso de que el establecimiento estuviese en CLM (lo llevaría Turismo).
- Por ese motivo se hizo un recopilación de las **reclamaciones que tramitaba cada CCAA**, con la idea de que solo se remitiesen por el acuerdo de conferencia sectorial las **reclamaciones que tramitasen los organismos de consumo**, aunque sigue habiendo comunidades que lo ignoran y te mandan todas la reclamaciones en las que el consumidor tiene su domicilio en CLM.

Organismos con competencia en materia de consumo

- **La Administración de consumo** Integrada por:
- La [Dirección General de Consumo](#) (DG de Agenda 2030 y Consumo)
- Los [Servicios de Consumo Provinciales](#) que se integran en las Delegaciones Territoriales de las respectivas provincias. Servicio Provincial de Agenda 2030 y Consumo
- **Otras Administraciones autonómicas de consumo.**
- **Las Oficinas Municipales de Información a la Persona Consumidora (OMIC).**
- Las [Oficinas Municipales de Información a la Persona Consumidora \(OMIC\)](#) se crean y se ubican atendiéndose a los criterios de eficacia y de mayor proximidad a las personas consumidoras, dado que los municipios son la Administración más cercana a la ciudadanía. Se trata de órganos de información, orientación y asesoramiento a las personas consumidoras.
- Las **Diputaciones Provinciales**, dentro de su ámbito territorial, podrán asumir la función de información y orientación de las personas consumidoras **en aquellos municipios donde no se disponga de OMIC**, pudiendo llevarlas a cabo en colaboración con las organizaciones de personas consumidoras y usuarias.
- **Consortio Provincial de Consumo** en sesenta municipios de nuestra provincia, todos ellos con población inferior a 10.000 habitantes, en los que trabajan once **informadores de consumo**. Queda todavía por debajo de este nivel de población un importante número de municipios que no están adheridos al Consorcio de Consumo y que tampoco prestan directamente el servicio.

¿Tienen
competencias
sancionadoras
las OMICS?

- **Artículo 64. Atribución de la potestad sancionadora.**
- **Corresponde a la Comunidad Autónoma de Extremadura la potestad para sancionar las conductas tipificadas como infracciones en materia de consumo, incluso aquellas que afecten a empresas que operen en sectores con regulación específica, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otra índole en que pueda incurrirse.**
- **Artículo 65.**
- **4. Las autoridades competentes en materia de consumo sancionarán, asimismo, las conductas tipificadas como infracciones en materia de consumo, cometidas por empresas de sectores que cuenten con regulación específica, y las prácticas comerciales desleales con las personas consumidoras.**

- **Artículo 101. Competencias propias de las Entidades Locales. ESTATUTO**
- Corresponde a las Corporaciones Locales de Castilla-La Mancha, en su ámbito territorial, como competencia propia, promover y desarrollar la protección y defensa de las personas consumidoras, con el alcance y contenido que les atribuye esta ley y el resto del ordenamiento.
- En concreto, las Entidades Locales podrán ejercer las siguientes competencias:
 - **e) La imposición de sanciones pecuniarias, con el límite máximo de la cuantía establecida para las faltas graves, por la comisión de infracciones en materia de defensa de las personas consumidoras, cuando se trate de empresas radicadas en su término municipal o la infracción se hubiera cometido en el mismo. A efectos de la necesaria coordinación respecto a la consideración de antecedentes y para evitar una duplicidad de las sanciones, darán conocimiento a la Administración Regional de los procedimientos que inicien y de las sanciones que impongan.**
- Es una competencia compartida para las infracciones leves y graves (aunque facultativa para las Entidades Locales), mientras que para las muy graves, sería competencia exclusiva de la CCAA.
- Artículo 136. Competencias en materia sancionadora.
 1. Corresponde al órgano autonómico competente en materia de consumo la potestad para sancionar las conductas tipificadas como infracciones en materia de defensa de las personas consumidoras, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otra índole en que pueda incurrirse.
 2. El órgano autonómico competente en materia de consumo sancionará las infracciones en materia de defensa de las personas consumidoras cometidas en su territorio.
- **¿Puede negarse la CA a sancionar un expediente tramitado por una OMIC??**
- Con la redacción del art.136 y el término facultativo utilizado (podrá) en el art.101 de la Ley 3/2019, no se podrían negar.
- Queda clara la competencia de las OMIC's de las Entidades Locales para tramitar una reclamación de los ciudadanos domiciliados en su término municipal, en base a lo que establece el art. 100.1 b, Los recursos públicos de consumo deben recibir, gestionar y resolver las quejas y reclamaciones de las personas consumidoras domiciliadas en su demarcación territorial, llevar a cabo la mediación y, si procede, dirigirlas al sistema arbitral de consumo. Se establece como competente el recurso público de consumo del municipio donde esté domiciliada la persona consumidora; si en el municipio no existe ninguna oficina, es competente la oficina supramunicipal que corresponda y, en su defecto, la de ámbito regional.
- Con la redacción de este artículo, los Servicios Provinciales solo son competentes para tramitar las reclamaciones de aquellas personas consumidoras que estén domiciliadas en un municipio o una Mancomunidad que carezca de OMIC.



- **El Ministerio de Consumo.**


- Accediendo a la web del Ministerio de Consumo se puede obtener información para la persona consumidora, sobre cómo reclamar ante un conflicto de consumo, sobre la red de alertas de productos peligrosos, sobre calidad y seguridad de mercado, sobre el asociacionismo de consumo, sobre resolución alternativa de conflictos, sobre formación y educación, entre otros aspectos.

- **El Centro Europeo del Consumidor (CEC).**

- El Centro Europeo del Consumidor (CEC) ofrece información, asistencia y asesoramiento gratuitos y personalizados a las personas consumidoras nacionales de un determinado país de la Unión Europea y que tengan problemas con relación a la adquisición de un bien o la utilización de un servicio **en otro país de la Unión Europea diferente al propio.**

- **Las Juntas Arbitrales de Consumo.**

- Las Juntas Arbitrales de Consumo son órganos encargados de la administración del denominado arbitraje de consumo. Se encargan, entre otras cosas, de: la resolución de las ofertas de adhesión de las empresas, la concesión o retirado del distintivo de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, gestionar una lista actualizada de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo, gestionar una lista actualizada de personas con función arbitral, gestionar y tramitar las solicitudes de arbitraje que presenten las personas consumidoras, etc.

- Existen Juntas Arbitrales: Nacional, Autonómicas , Provinciales, Municipales.
- 

FUNCIONES DE LOS SERVICIOS DE CONSUMO



Atender y contestar **CONSULTAS** sobre consumo.



Atender y gestionar **DENUNCIAS Y RECLAMACIONES** de las personas consumidoras.



Realizan **CONTROL DE MERCADO, CONTROL DE SEGURIDAD** de los productos, comprobación de denuncias.

¿Cuáles son los principales procedimientos a los que pueden acceder las personas consumidoras?



Procedimiento de **CONSULTAS** en materia de consumo.



Procedimiento de **QUEJAS, RECLAMACIONES Y DENUNCIAS** en materia de consumo.



Procedimiento de **RESOLUCIÓN ARBITRAL** de conflictos en materia de consumo.

4 CONCEPTOS BÁSICOS

- **QUEJAS:** las presentadas por los usuarios por las demoras, desatenciones o cualquier otro tipo de actuación deficiente que se observe en el funcionamiento de las empresas contra las que se formula la queja.
- **RECLAMACIONES:** las presentadas por los usuarios que pongan de manifiesto, con la pretensión de obtener la **restitución de su interés o derecho**, hechos concretos referidos a acciones u omisiones de las EMPRESAS reclamadas que supongan para quien las formula un perjuicio para sus intereses o derechos y que deriven de presuntos incumplimientos por las empresas reclamadas.
- **CONSULTAS:** las solicitudes de asesoramiento e información relativas a cuestiones de interés general sobre los **derechos de los usuarios**, o sobre los **cauces legales** para el ejercicio de tales derechos.
- **DENUNCIA:** Es una comunicación que un consumidor dirige a la administración para **informar acerca de unos hechos** que pueden constituir una infracción administrativa en materia de consumo, **sin que se pretenda obtener una solución, compensación o resarcimiento** de daños en particular.

Artículo 32. *Reclamaciones.*

- 1. Se entiende por reclamación la exposición de un conflicto surgido en la relación de consumo mediante la que se solicita una solución o una compensación.
- 2. Para poder presentar una reclamación ante los organismos de consumo, será requisito necesario haber reclamado previamente ante la empresa, sin perjuicio de la obligación por parte de estos organismos de atender a consultas y ayudar a la tramitación de las reclamaciones.
- 3. Con independencia de la forma de presentación de las reclamaciones, las empresas deberán dar respuesta adecuada a las mismas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el plazo de un mes desde su presentación.
- 4. En los servicios de tracto continuado, para los supuestos relativos a las incidencias de continuidad del servicio la respuesta habrá de darse en el plazo máximo de dos horas, aplicándose el plazo general de un mes para el resto de los supuestos.
- 5. No podrá suspenderse un servicio con posterioridad a la presentación de una reclamación hasta que la empresa dé respuesta a la misma, salvo que la suspensión no esté relacionada con el motivo de la reclamación.
- 6. En el caso de bienes ofertados o servicios prestados de forma no presencial por empresas sin establecimiento abierto al público, estas deberán informar suficientemente de los procedimientos de reclamación, haciendo constar, al menos, una dirección postal y electrónica a las que las personas consumidoras podrán dirigir sus quejas y reclamaciones, en los términos descritos en el artículo 35.

ACTUACIONES POSIBLES POST- RECLAMACIÓN

- Presentada una reclamación, CONSUMO intentará realizar una **INTER-MEDIACIÓN** entre las partes (persona consumidora y empresa), de cara a que éstas puedan alcanzar un acuerdo que resuelva el conflicto.
- Si durante la misma se detectase que la entidad reclamada pudiera haber cometido alguna **infracción en materia de consumo**, CONSUMO investigará los hechos, adoptando, si fueran necesarias, medidas **SANCIONADORAS**.
- Si la mediación no fuera posible, y la empresa estuviera adherida al sistema arbitral de consumo, CONSUMO ofrece el servicio de **ARBITRAJE**, mediante el cual el colegio arbitral que vaya a decidir sobre el asunto reúne y oye a las partes, y decide.

Tramitación de la reclamación

- **Traslado a otro organismo:** si los hechos motivo de reclamación no fueran competencia de las oficinas de consumo.
- **Intermediación:** en el caso de que se haya presentado una **reclamación** de consumo.
- **Arbitraje de consumo:** si se presenta una solicitud de arbitraje de consumo, o se marca la casilla "Sí" en el apartado "Solicito someter la reclamación al sistema arbitral de consumo" en la hoja de reclamaciones.
- **Inspección.** Si al tramitar una reclamación, la administración observa indicios de infracción, puede trasladar el caso a los servicios de inspección para que, en su caso, se inicie un **expediente sancionador** (de ocurrir esto, el reclamante no será parte del mismo).
- **Archivo.** La reclamación se archiva cuando los hechos o conductas reclamadas no pueden ser probadas y/o calificadas como infracción o cuando resulta infructuosa la mediación.

DENUNCIAS

- En el caso de las denuncias por actuaciones de empresas que se consideren inadecuadas, CONSUMO, si lo estima pertinente, investiga y analiza los hechos denunciados y la existencia de posibles actuaciones que supongan infracciones imputables, adoptando las medidas necesarias.

Artículo 33. *Denuncias.*

- 1. Las personas consumidoras, de forma individual o por medio de las organizaciones que las representan, tienen el derecho de formular y presentar denuncias a los organismos administrativos competentes en materia de consumo. A efectos de esta ley se entiende por denuncia aquella comunicación dirigida a la Administración competente en materia de consumo **que informe de la existencia de unos hechos, circunstancias o acontecimientos que pueden vulnerar la normativa de consumo.**
- 2. Las denuncias presentadas serán examinadas por la autoridad de consumo, dando inicio a un expediente de control e inspección, y a la posterior incoación de un procedimiento sancionador en el caso de que se apreciaran **indicios de infracción administrativa**, así como a la adopción de las medidas cautelares que fueran precisas.
- 3. La Administración pública competente debe comunicar a la persona o asociación de personas consumidoras y usuarias denunciante el inicio de oficio de las actuaciones pertinentes y debe indicarle los posibles efectos de la denuncia y su posición jurídica respecto a las presuntas infracciones.
- 4. Si en la denuncia faltan requisitos formales y la persona denunciante puede enmendar esta carencia, la Administración competente que la recibe debe darle un plazo no inferior a diez días para que lo haga.
- Si el órgano al que se ha dirigido la denuncia no es el competente por razón de la materia o del territorio, este órgano debe enviarla al órgano que tiene atribuida la competencia material o territorial y debe comunicarlo a la persona denunciante.
- 5. La Administración competente, si no aprecia infracciones con relación a la denuncia presentada, debe adoptar un **acuerdo motivado de archivo**, indicándole a la persona denunciante los recursos pertinentes a interponer mediante comunicación expresa.

Control de mercado e inspección

- CONSUMO realiza actuaciones de control de mercado e **INSPECCIÓN** con el objeto de proteger a las personas consumidoras y usuarias frente a la vulneración de sus derechos esenciales como son, entre otros, los derechos relacionados con la salud y la seguridad, el derecho a la protección de los intereses económicos y sociales y el derecho a la información.
- Las actuaciones de inspección se realizan preferentemente sobre aquellos bienes, productos y servicios establecidos por la normativa como de **uso o consumo común, ordinario y generalizado** y pueden iniciarse entre otros motivos por **denuncias, reclamaciones, presencia en el mercado de bienes o servicios que puedan suponer un riesgo para la salud o la seguridad o por campañas de inspección** o control en sectores de actividad económica previamente determinados.

Artículo 55. *Inspección general.*

- 1. Las Administraciones públicas de la Comunidad Autónoma de Extremadura con competencias en materia de consumo desarrollarán actuaciones de investigación, la vigilancia, el control y la inspección de los bienes y servicios con el fin de garantizar los derechos de las personas consumidoras.
- 2. Las actuaciones de vigilancia del mercado podrán recaer sobre todos los bienes y servicios ofertados o puestos a disposición de las personas consumidoras, así como también sobre los elementos, condiciones e instalaciones utilizados para su producción, distribución y comercialización.
- 3. Para su realización, los órganos de la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura y las entidades locales actuarán coordinadamente, aunando sus recursos de inspección y control. Reglamentariamente se determinará el procedimiento de la inspección y las formas que adoptará esta coordinación.
- 4. Las actuaciones de la Inspección de Consumo se llevarán a cabo en cualquier lugar del territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura. Cuando una actuación de la Inspección haya de producir efectos fuera de Extremadura, y sin perjuicio de la posibilidad de realizar requerimientos de forma directa al inspeccionado, la Inspección podrá solicitar la colaboración de las autoridades competentes en dicho territorio cuando sea necesario para el esclarecimiento o comprobación de los hechos, e incluso acompañar presencialmente al personal de otras Administraciones en las actuaciones que tengan que llevar a cabo.

CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN (NACIONALES Y AUTONÓMICAS)

El Plan de Inspección de Consumo organiza las Campañas previstas en 3 bloques:

ALIMENTACIÓN

PRODUCTOS INDUSTRIALES

SERVICIOS

Campañas de inspección de Consumo nacionales

Productos Alimenticios

Control general

[Información obligatoria](#)

Control de la información obligatoria en el **mercado o etiquetado de los productos frescos de la pesca y la acuicultura** comercializados en pescaderías que se presentan sin envasar o envasados en los lugares de venta a petición del comprador.

[Prácticas informativas leales](#)

Control de las menciones en la **publicidad y presentación de los alimentos** que pueden inducir a error sobre las características del producto y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención comercializados en sitios web.

Control específico por tipo de productos

- [Aceite de oliva](#)
- Aceite de oliva virgen y virgen extra: etiquetado y composición.
- [Alimentos sin envasar](#)
- Alimentos sin envasar, envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y alimentos envasados por los titulares del comercio al por menor para su venta inmediata en el establecimiento o establecimientos de su propiedad.
- [Cafés](#)
- Cafés y cafés descafeinados.
- [Cefalópodos](#)
- Cefalópodos congelados (pulpos, calamares, potas, sepias, etc.) - verificación de etiquetado e identificación molecular de la especie.
- [Cereales desayuno](#)
- [Comercio electrónico alimentos](#)
- Comercio electrónico de alimentos. Control de la información alimentaria en la venta a distancia (venta on-line).
- [Conservas aceite de oliva](#)
- Conservas en aceite de oliva, excluyendo conservas de pescado / Patatas fritas en aceite de oliva.
- [Pan masa madre](#)
- [Prácticas desleales](#)
- Prácticas comerciales desleales con los consumidores en la comercialización de alimentos
- [Productos DOP](#)
- [Productos ecológicos](#)
- [Queso](#)
- [Veganos](#)
- [Zumos](#)

Productos no Alimenticios

- Control General
- [Información obligatoria](#)
- Verificación Artículo 4 Reglamento UE 2019/1020: operadores económicos: fabricante, importador...
- Control específico por tipo de productos
- [Bisutería](#)
- Control de etiquetado de productos de bisutería.
- [Cadenas chupetes](#)
- [Eficiencia energética](#)
- [Electrodomésticos online](#)
- [EPIS ciclistas](#)
- EPIS para ciclistas y usuarios de monopatines, patinetes y patines de ruedas (adulto e infantil).
- [Juguetes acuáticos](#)
- [Juguetes de madera](#)
- [Juguetes](#)
- [Lavavajillas](#)
- [Secadores de pelo](#)
- [Taburete peldaños](#)
- Taburetes de peldaños. Verificación de etiquetado y Parámetros de seguridad
- [Tostadores pan](#)
- Tostadores de pan, Verificación de etiquetado y Parámetros de seguridad.
- [Tronas](#)
- Información y seguridad de artículos de puericultura: tronas, andadores.
- [Venta online bicicletas](#)
- Control del etiquetado y condiciones de venta on-line de bicicletas, control de información y etiquetado bicicletas eléctricas en comercio presencial.

Servicios

- Control específico por tipo de servicios
- Enseñanza no reglada
- Procedimiento reclamación
- Comprobación de existencia de un procedimiento de reclamación en webs de comercio electrónico.
- SAT
- Suministros básicos
- Tarifas eléctricas
- Teléfono gratuito

Artículo 56. *Plan anual de vigilancia del mercado.*

- 1. La Administración autonómica competente en materia de consumo elaborará un plan anual de vigilancia del mercado, en el cual se incluirán actuaciones de control e inspección sobre los bienes y servicios que hayan sido puestos a disposición de la persona consumidora, sin perjuicio de otras medidas que pudieran resultar oportunas. Del contenido y de los resultados de este plan se informará a las entidades u órganos representativos de los intereses de las personas consumidoras y de los empresarios.
- 2. Para la mejora de los sectores afectados y de los intereses generales de las personas consumidoras se podrá hacer publicidad del resultado de estas actividades.

Campañas autonómicas

- **Campaña de Inspección de talleres de reparación de vehículos 2022**
- **Campaña nacional de Inspección de conservas y patatas fritas con aceite de oliva 2022**
- **Campaña nacional de Inspección de zumos 2022**
- **Campaña de Inspección de Banca 2022**
- **Comprobar que los contratos de cuenta corriente y de ahorro, y de tarjetas de débito y crédito, no incluyen cláusulas abusivas.**
- **Campaña nacional de Inspección de alimentos sin envasar 2022**



**RECLAMACIONES EN
SECTORES CON REGULACIÓN
ESPECÍFICA EN LA MATERIA**

TRAMITACIÓN SEGÚN SECTORES

- Lo que a continuación se expone es una **DESCRIPCIÓN GENERAL**
- **CASOS PARTICULARES** que no se encuadren en los mismos
- **VULNERACIÓN DIRECTA de la normativa de protección de los consumidores** como puede ser el supuesto de las **cláusulas o prácticas abusivas, o contratos a distancia o fuera del establecimiento mercantil.**
- También, y al margen del sector al que se refieran, desde Consumo se realizan actuaciones con el fin de verificar el cumplimiento de las empresas de su **obligación de contestar a las reclamaciones de los consumidores.**

RECLAMACIONES EN SECTORES CON REGULACIÓN ESPECÍFICA EN LA MATERIA

Transporte aéreo:

- Agencia Estatal de Seguridad Aérea. Ministerio de Fomento

Servicios bancarios, de inversión y seguros:

- Banco de España
- Comisión Nacional del Mercado de Valores.
- Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Telecomunicaciones:

- Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones

Servicios postales:

- Subdirección General de Régimen Postal. Ministerio de Fomento.

Protección de datos de carácter personal:

- Agencia Española de Protección de Datos.

Sector energético

Organismos sectoriales

- En materia de **cancelaciones, retrasos, denegación de embarque o cambio de clase en el transporte aéreo**, el organismo sectorial es la [Agencia Estatal de Seguridad Aérea](#).
- En materia relacionada con **entidades supervisadas por el Banco de España**, el organismo sectorial es el [Banco de España](#).
- En materia de **transporte terrestre y sus actividades auxiliares y complementarias**, los organismos sectoriales serán las [Juntas Arbitrales de Transporte](#).
- En materia de **servicios de inversión**, el organismo sectorial es la [Comisión Nacional del Mercado de Valores](#).
- En materia de **seguros y fondos de pensiones**, el organismo sectorial es la [Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones](#).
- En materia de **telecomunicaciones**, el organismo sectorial es la [Oficina de Atención al usuario de las Telecomunicaciones](#).
- En materia de **protección de datos personales**, el organismo sectorial es la [Agencia Española de Protección de Datos](#) y, en su caso, organismos autonómicos
- Empresas de suministros (gas, agua, electricidad): [Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#)

CUESTIONES PREVIAS A CUALQUIER RECLAMACI ÓN



1.- ¿Es Ud. empresario?



2.- ¿Reclama frente a un particular?



3.- ¿Con quién ha contratado el servicio (para colegiados, transporte mercancías,...)?

1.- ¿Somos competentes en función del domicilio del reclamante?

1.1. Reside en otra CCAA:

- Admisión y traslado a la Comunidad Autónoma competente para que realice la mediación entre las partes, tratando de llegar a un acuerdo amistoso a la controversia planteada.
- Después se valorará si procede iniciar, en su caso, **expediente sancionador** por la presunta infracción en materia de consumo, en función del **lugar de realización o comisión** de los hechos.

1.2. Reside en otra provincia:

- Admisión y traslado al Servicio de Agenda 2030 y Consumo de la provincia donde resida habitualmente la persona reclamante, para que realicen la mediación.
- Después de la mediación, si no hay acuerdo amistoso entre las partes, valorar dónde se han realizado o cometido los hechos para la iniciación, en su caso, de expediente administrativo sancionador por la presunta comisión de infracción en materia de consumo.

1.3. Reside en un municipio con OMIC:

- Admisión y traslado a la O.M.I.C. para mediación.
- En caso de no alcanzar un resultado positivo, valorar si procede, en su caso, iniciar expediente administrativo sancionador por infracción en materia de consumo.



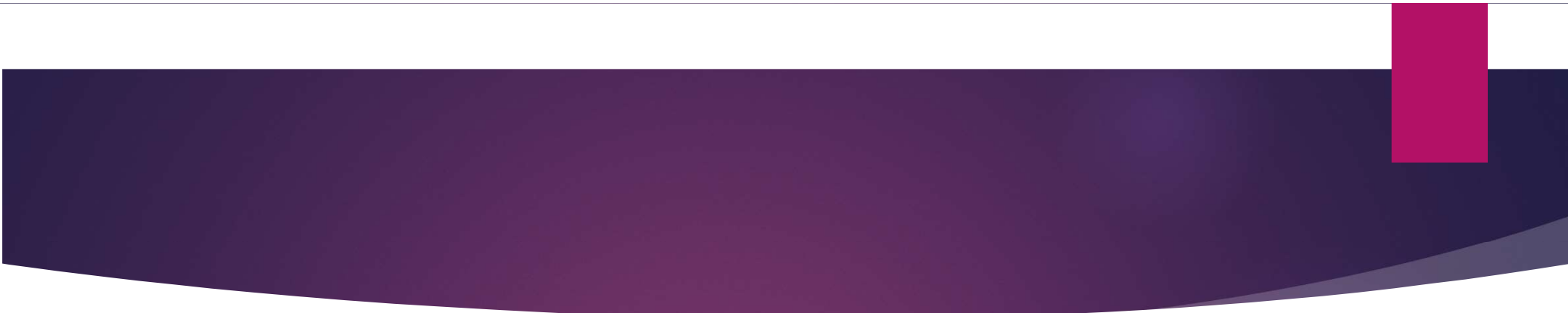
2.- ¿Estamos ante un sector en el que mediamos?

MEDIACIÓN POR SECTORES

JUNTA DE EXTREMADURA

- ▶ TRANSPORTE AÉREO: Si bien no son muchas reclamaciones a lo largo del año, excepcionalmente se realiza mediación en supuestos en los que AESA no entra (ejem.: equipajes). En el resto de supuesto se informa de los pasos a seguir para su tramitación ante la compañía responsable y posteriormente AESA.
- ▶ ⓘ TRANSPORTE TERRESTRE: Viajeros y mercancías (mensajería), lo trasladamos a un organismo específico, bien la Administración Local o la Dirección general de Transportes de la C.A., la compañía o empresa propietaria o la Junta Arbitral de Transportes de Extremadura.
- ▶ ⓘ SERVICIOS BANCARIOS, INVERSIÓN Y SEGUROS: sin perjuicio de que Extremadura tenga en cuenta la reciente sentencia del TS que nos permite entrar en supuesto de cláusulas suelo, en casos excepcionales hacemos la mediación pero en general informamos al consumidor que ha de dirigirse siempre al SAC o Defensor del cliente del banco o aseguradora previamente y si no están satisfechos con la respuesta se dirijan al Departamento de Conducta de Mercado y Reclamaciones del Banco de España o la Dirección General de Seguros o la CNMV dado que las entidades financieras y aseguradoras en su mayoría no quieren mediar con los servicios públicos de consumo ni se someten al arbitraje de consumo.

- ▶ ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (hoteles, cámpings, agencias viaje,...) En Extremadura es la Dirección General de Turismo quien gestiona las reclamaciones (especialmente en materia de mantenimiento instalaciones, ruidos, reservas,...) y tramita las inspecciones y, en su caso, el procedimiento sancionador correspondiente.
- ▶ ⓘ PROTECCIÓN DE DATOS: En Extremadura comunicamos al consumidor que se ha de dirigir directamente bien a la empresa que ha ordenado la inclusión de datos correspondiente si no conoce a la empresa acreedora, en caso de que sí la conozca al servicio de atención al cliente de la propia empresa acreedora. Del mismo modo se le informa que si la respuesta de una u otra no le satisface se puede dirigir ya a la Agencia Española de Protección de datos ya que este organismo no admite que les traslademos nosotros la reclamación de un consumidor.
- ▶ ⓘ TELECOMUNICACIONES: En Extremadura se tramitan todas las reclamaciones por mediación, inspección (en supuestos necesarios) y/o arbitraje y solo derivamos excepcionalmente a la SETSI las que nos resolvemos por estas vías.
- ▶ ⓘ SUMINISTROS LUZ, AGUA Y GAS: En consumo tramitamos las reclamaciones de consumidores a través de la mediación y/o arbitraje, en esta última cuando las comercializadoras se encuentren adheridas a la Junta Arbitral Autónoma.

- 
- ▶ **SERVICIOS POSTALES:** En Extremadura se gestionan las reclamaciones contra Correos y demás empresas de servicio de mensajería, si bien en caso de mantenerse disconformidad se remite a la Junta Arbitral de Transportes.
 - ▶ **ALCOHOL, TABACO, FARMACIA, COSMÉTICOS:** A los órganos competentes de Sanidad, salvo algunos aspectos específicos competencia de consumo (etiquetado,...).
 - ▶ **ALIMENTACIÓN:** A los órganos competentes de Agricultura y Sanidad, salvo algunos aspectos específicos competencia de consumo (control composición en campañas, etiquetado,...)

3º ¿Se trata de una relación de consumo?

- ▶ Se considera relación de consumo, a efectos de esta norma, cualquiera establecida entre, por una parte, empresas, parte intermediaria o la Administración como prestadora de bienes y servicios y, por otra parte, las personas consumidoras.
- ▶ Esta relación comprende la información, la oferta, la promoción, la publicidad, la comercialización, la utilización, la venta, y el suministro de bienes y servicios, así como las obligaciones que se deriven.
- ▶ Art. 2 Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha

OPCIONES

1. Reclamante no es consumidor:
inadmisi3n,
informando a la
persona reclamante.

2. Reclamado no es empresa:
inadmisi3n,
informando a la
persona reclamante.

**Resoluci3n de archivo,
firmado por el
Delegado Provincial,
con pie de recurso de
alzada o con un oficio
de archivo.**

4.- ¿Falta documentación que acredite relación de consumo y presentación de reclamación previa ante la empresa o bien faltan datos imprescindibles para tramitar la reclamación?

Se admite y se le requiere lo que falta

Si no se envía la documentación solicitada se archiva la reclamación, previo apercibimiento por escrito de que se le considerará desistido de su solicitud.

También debería notificarse el archivo de la solicitud, al considerarle desistido de su petición.

5º ¿Se trata de una reclamación o denuncia?

- ▶ Valoraremos si procede la **Mediación o la Inhibición**.
- ▶ Si los hechos pudieran ser constitutivos de **delito**, se informaría a la persona reclamante que puede interponer la correspondiente denuncia en el Juzgado de instrucción de guardia correspondiente, o ante el Ministerio Fiscal, o en las dependencias de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (Policía Nacional y Guardia Civil)

CAMBIOS INTRODUCIDOS CON LA LEY 7/2017.

- Las empresas en su contestación a las reclamaciones deben manifestar de forma expresa **si aceptan o no la tramitación de la reclamación a través de un ADR.**

¿LAS OMICS REALIZAN MEDIACIÓN O INTERMEDIACIÓN?

- Las OMICs como entidades dedicadas a realizar funciones de mediación en el ámbito del consumo, ¿somos consideradas entidades de resolución alternativa de litigios conforme a la legislación vigente?
- La redacción actual del artículo 21 del Real Decreto Legislativo 1/2007, referido al "Régimen de comprobación y servicios de atención al cliente", cuando habla del procedimiento de reclamación previa a los servicios de atención al cliente, establece en su apartado 4, que en el supuesto de que el empresario no hubiera resuelto satisfactoriamente una reclamación interpuesta directamente ante el mismo por un consumidor, este podrá acudir a una entidad de resolución alternativa notificada a la Comisión Europea, de conformidad con lo previsto en la ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, con lo que parece que las OMIC no acreditadas no sean las ADR adecuadas para tramitar las mediaciones de consumo y solo lo serían las OMIC acreditadas, notificadas a la Comisión Europea, pero este artículo no es aplicable a las comunidades autónomas que han regulado el derecho del consumo en sus leyes autonómicas.
- También es curioso que el artículo 20.1.b) de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, cuando nos habla de la inclusión de las personas consumidoras en los ficheros de insolvencia, por el impago de cantidades, que desde las OMIC sabemos que se deben a un conflicto de consumo, establece como una de los requisitos para su inclusión, que los datos se refieran a deudas ciertas, vencidas y exigibles, cuya existencia o cuantía no hubiese sido objeto de reclamación *administrativa* o judicial por el deudor o mediante un procedimiento alternativo de resolución de disputas vinculante entre las partes.
- Aquí habla de ADR vinculantes, por ejemplo el arbitraje de consumo de las Juntas Arbitrales, pero también habla de una reclamación administrativa, no de una denuncia y creo que podemos entender que las OMIC que trabajen como ADR, siendo el procedimiento de mediación de consumo un procedimiento administrativo de gestión de la reclamación, sean o no acreditadas, sí que cumplen este requisito y el hecho de estar tramitando la mediación sería motivo de no inclusión en el fichero de solvencia.
- Me parece que una OMIC, puede decidir realizar mediaciones de consumo de acuerdo con la normativa estatal o autonómica y que deberá cumplir con el requisito de imparcialidad, que requiere cierta independencia, pero que si cumple este requisito, será un ADR, que podrá ser acreditada o no, pero que en todo caso, la persona consumidora podrá disfrutar de los beneficios legales que implica haber presentado una reclamación de consumo ante estos ADR, sean acreditados o no.
- Las OMIC no hacen mediaciones, que parece más intermediación o conciliación, pero no mediación de consumo. Puede ser que haya OMICs que no hagan formalmente mediaciones de consumo, que intenten buscar soluciones extrajudiciales de forma más informal, pero si una OMIC sigue la normativa de mediación, autonómica o estatal se la debe considerar ADR???, ahora bien si el procedimiento que utiliza no se corresponde con los del ámbito de la Ley 7/2017, pues entonces, esa OMIC no podría considerarse una ADR???

Artículo 37. Principios generales.

1. La resolución extrajudicial de los conflictos derivados de una relación de consumo se canaliza principalmente por la **mediación y el arbitraje de consumo**, sin perjuicio de las materias o los sectores que tengan sistemas públicos extrajudiciales de resolución de conflictos.

2. La resolución extrajudicial de conflictos de consumo atiende las reclamaciones de las personas consumidoras y tiene carácter vinculante para las partes que se hayan sometido voluntariamente a ella, en los términos que establezca la legislación aplicable, sin perjuicio de la protección administrativa y judicial que proceda.

3. Pueden someterse a **mediación y arbitraje** los conflictos sobre materias de libre disposición, de acuerdo con las leyes aplicables.

ARBITRAJE (SAC)


- En términos generales siempre que por una persona se solicita la resolución a través del Sistema Arbitral de Consumo (SAC) se tramita a través de esta vía **CON INDEPENDENCIA DEL SECTOR AL QUE SE REFIERA**, de acuerdo con la normativa del arbitraje de Consumo.
- En este aspecto se distingue entre aquellas empresas adheridas al SAC de Consumo a través de una **OPS, de aquellas que no lo están.**
- Respecto a las que **existe una OPS** al Sistema Arbitral de Consumo las reclamaciones se tramitan directamente a través de este sistema.
- En cuanto a las que **no existe una OPS** al Sistema Arbitral de Consumo de la empresa, pero el consumidor solicita su tramitación a través del Sistema Arbitral de Consumo, de acuerdo con la normativa de arbitraje de consumo se tramita a través de esta vía, sin perjuicio de que, al final, la empresa rechace la tramitación a través de esta vía.

OPCIONES

- **MEDIACIÓN:** SIEMPRE AUNQUE SEAN COMPETENTES TB OTRAS ADMINISTRACIONES/**NO MEDIAR**
- Mundo rural, tenemos muy en cuenta que son colectivo vulnerable en muchos casos y, por ello, no entendemos en estos casos de competencia "mia" o "tuya" si lo podemos arreglar.
- Las grandes ciudades tienen la problemática del volumen, en estos casos si que derivamos determinadas reclamaciones
- **INSPECCIÓN Y SANCIONADOR:** Más estrictos si es algo regulado en normativa sectorial y los organismos correspondientes lo controlan realmente al tenerlo tipificado en su normativa de manera específica (Turismo, Industria, Juego, Espectáculos públicos, Protección datos personales, Sanitario, Servicios bancarios y seguros...) bien es cierto que muchas veces entramos por la transversalidad (comercio, financiero, seguros, vivienda, transporte,...), además de por prácticas desleales o cláusulas abusivas




SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- 
- El **artículo 8** del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias ha calificado la **protección de los derechos de las personas consumidoras** y usuarias **mediante procedimientos eficaces** como un **derecho básico**
 - El artículo 21 contempla la **obligación** para las empresas de que sus oficinas y **servicios de información y atención a la clientela** aseguren a esta la constancia de sus consultas, quejas, reclamaciones o incidencias y, si tales servicios utilizan la **atención telefónica o electrónica** para llevar a cabo sus funciones, deberán garantizar una **atención personal directa**, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.


SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE (ART. 21 TRLGDCU)

- 2. Constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de una **clave identificativa y un justificante por escrito**, en papel o en cualquier otro soporte duradero. Si tales servicios utilizan la **atención telefónica o electrónica** para llevar a cabo sus funciones deberán garantizar una **atención personal directa**, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.
- Las oficinas y servicios de información y atención al cliente serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de **accesibilidad universal** y, en su caso, medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos.
- Se deberán **identificar claramente los servicios de atención al cliente** en relación a las otras actividades de la empresa, prohibiéndose expresamente la utilización de este servicio para la utilización y difusión de actividades de comunicación comercial de todo tipo.
- En caso de que el empresario ponga a disposición de los consumidores y usuarios una **línea telefónica** a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no podrá suponer para el consumidor y usuario un **coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar**.
- En el supuesto de utilizarse, de acuerdo con el párrafo anterior, una **línea telefónica de tarificación especial** que suponga un coste para el consumidor o usuario, el empresario facilitará al consumidor, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo.
- No obstante lo anterior, en los supuestos de **servicios de carácter básico** de interés general, las empresas prestadoras de los mismos deberán disponer, en cualquier caso, de un **teléfono de atención al consumidor gratuito**. A estos efectos, tendrán la consideración de servicios de carácter básico de interés general los de **suministro de agua, gas, electricidad, financieros y de seguros, postales, transporte aéreo, ferroviario y por carretera, protección de la salud, saneamiento y residuos**, así como aquellos que legalmente se determinen.

- 
- Los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la **dirección postal, número de teléfono, fax**, cuando proceda, y dirección de correo electrónico en los que el consumidor y usuario, cualquiera que sea su lugar de residencia, pueda interponer sus **quejas y reclamaciones** o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados. Los empresarios comunicarán además su dirección legal si esta no coincidiera con la dirección habitual para la correspondencia.
 - Los empresarios deberán dar **respuesta** a las reclamaciones recibidas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el **plazo máximo de un mes** desde la presentación de la reclamación.
 - En el supuesto de que **el empresario no hubiera resuelto satisfactoriamente** una reclamación interpuesta directamente ante el mismo por un consumidor, este podrá **acudir a una entidad de resolución alternativa** notificada a la Comisión Europea, de conformidad con lo previsto en la ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.
 - Los empresarios facilitarán el **acceso a este tipo de entidades**, proporcionando a los consumidores la información a la que vienen obligados por el artículo 41 de dicha ley.

ARTÍCULO 35. *SERVICIO DE ATENCIÓN A LA PERSONA CONSUMIDORA.*

- 1. Las empresas deberán poner a disposición de las personas consumidoras un servicio de atención que, como mínimo, atenderá la presentación, tramitación y resolución de sus quejas y reclamaciones a través de medios rápidos y eficaces.
- 2. Por regla general, el servicio será prestado de forma personal y, en todo caso, gratuita y con un horario equivalente al de apertura de establecimientos comerciales.
- En los supuestos de servicios de tracto continuado, las empresas prestadoras de los mismos deberán disponer de un teléfono de atención a la persona consumidora, totalmente gratuito para ella, que habrá de estar en funcionamiento durante las veinticuatro horas de los trescientos sesenta y cinco días del año.
- 3. Las empresas que sean intermediarias o distribuidoras oficiales de algún bien o servicio de otra empresa, o bien ostente su marca en un lugar visible para la persona usuaria, deberán aceptar y tramitar las reclamaciones que la persona consumidora interponga contra aquellas.
- 4. Los teléfonos de atención a la persona consumidora, que en todo caso serán gratuitos, deberán disponer de atención personalizada sin reenvíos a otros sistemas de atención a la persona consumidora y con un tiempo de espera no superior a un minuto.
- 5. Los servicios de atención a la persona consumidora, especialmente la no presencial, deberán dejar constancia de las quejas y reclamaciones planteadas por las personas consumidoras, teniendo derecho estas a recibir alguna referencia, recibo o indicación, que acredite su presentación.

- 
- Con fecha 25 de febrero se aprobó la **Ley 4/2022, de protección de los consumidores y usuarios** frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, que impone a las administraciones la **obligación de velar por la protección de los derechos de las personas consumidoras vulnerables**.
 - Estas exigencias impuestas con carácter general, se concretan en la **normativa sectorial** en relación con **ciertos servicios básicos** y de especial trascendencia económica, como son las **telecomunicaciones, el suministro y distribución de agua y energía, los servicios financieros** y el transporte. Para estos servicios, la atención a la clientela se debería definir como un parámetro más que determine la **calidad de la prestación** del servicio.




INSATISFACCIÓN

- La normativa vigente no parece haber logrado el resultado perseguido, pues la práctica administrativa revela que un importante número de **reclamaciones** que atienden las autoridades competentes podrían ser resueltas a través de los **servicios de atención a la clientela**.
- Asimismo, se prevé que los servicios de atención a la clientela sean cada vez **más importantes** en el futuro como **paso previo a la decisión de acudir a la vía judicial** por parte de las personas consumidoras, por lo que resulta necesaria su modernización y adaptación a los diferentes usos comerciales

NO ES ACEPTABLE QUE EL COMERCIANTE QUE COMUNICA DOS TELÉFONOS A LOS CLIENTES DÉ PRIORIDAD AL DE TARIFICACIÓN ADICIONAL RESPECTO AL NÚMERO GRATUITO TJUE, SALA SEXTA, AUTO 15 ABRIL 2021

- La normativa comunitaria sobre derechos de los consumidores se opone a que un comerciante ponga a disposición de sus clientes, **además de un número de teléfono cuya tarifa no supere la tarifa básica, un número de teléfono sujeto a una tarifa superior a esta última que los consumidores corran el riesgo de utilizar.**
- En el litigio principal una sociedad dedicada a la **comercialización de videojuegos** ofrecía a sus clientes como modos de comunicación dos números de teléfono, uno de ellos gratuito y otro número de asistencia a una tarifa superior a la tarifa básica para los consumidores que ya habían celebrado un contrato con ella.
- El Defensor de los Consumidores presentó una demanda con el fin de prohibir a esa sociedad continuar o reiterar esa práctica. El órgano jurisdiccional nacional que conoce del asunto remitió varias cuestiones prejudiciales al TJUE.
- En respuesta a las mismas el TJUE establece que el **art. 21, párrafo primero, de la Directiva 2011/83/UE**, de 25 de octubre de 2011 (LA LEY 21601/2011), sobre los derechos de los consumidores, **se opone a que un comerciante ponga a disposición de sus clientes, además de un número de teléfono cuya tarifa no supere la tarifa básica, un número de teléfono sujeto a una tarifa superior a esta última que los consumidores que hayan celebrado un contrato con dicho comerciante corran el riesgo de utilizar.**
- Conforme a dicho precepto, cuando el comerciante opera una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, al dirigirse a dicho comerciante **el consumidor no está obligado a pagar más de la tarifa básica**, entendiendo por tal una **tarifa habitual de comunicación telefónica, sin gastos adicionales para el consumidor.**

- 
- Los **proveedores de servicios telefónicos tienen derecho a cobrar las llamadas telefónicas a los consumidores, siempre que los importes que se les cobren no excedan de los costes habituales** que habrían soportado por una llamada estándar.
 - En virtud del art. 21, el consumidor **no deberá pagar más de la tarifa básica** para aclarar cuestiones relativas a la ejecución del contrato o para hacer valer derechos garantizados por la referida Directiva.
 - En el caso de autos, **si bien el número de teléfono disponible a la tarifa básica se mencionaba a veces en determinados modos de comunicación dirigidos a los clientes, no siempre era así y, además, en la mayoría de los casos se otorgaba prioridad a la indicación del número de la línea de asistencia de tarificación incrementada.**
 - Al respecto, el Tribunal señala que **el art. 21 no se opone a que un comerciante ponga a disposición del público líneas de teléfono diferentes.** No obstante, el número de la línea telefónica establecida específicamente para las relaciones con los consumidores que hayan celebrado un contrato con el comerciante y ello con arreglo a una tarifa que no exceda de la tarifa básica deberá mencionarse en los modos de comunicación destinados a sus clientes y ser fácilmente identificable por los consumidores en dichos modos.
 - **El número de la línea sujeta a una tarifa incrementada no debe figurar en los modos de comunicación de manera preeminente** y los usos a los que se destinan esas diferentes líneas telefónicas deben indicarse de manera suficientemente clara y comprensible. Además, entre la línea telefónica por la que se facture la tarifa básica y la sujeta a una tarifa incrementada no debe haber diferencias significativas en cuanto a la accesibilidad y el nivel del servicio en detrimento del servicio de asistencia ofrecido a los consumidores que hayan celebrado un contrato con el comerciante.

121/000104
PROYECTO DE
LEY POR LA
QUE SE
REGULAN LOS
SERVICIOS DE
ATENCIÓN A
LA CLIENTELA

- Tiene por objeto la regulación de los niveles mínimos de calidad y de la evaluación de los servicios de atención a la clientela de las empresas que presten determinados servicios de carácter básico de interés general y de las grandes empresas.

“Quiero hablar con una persona, no con una máquina”



Con la nueva Ley de Servicios de Atención a la Clientela las empresas **deberán ofrecer atención personalizada** y profesional a las personas en cuanto lo soliciten verbalmente

- Las llamadas de servicios generales de información, reclamación y postventa deberán ser atendidas en menos de 3 minutos
- Por lo general, las reclamaciones se resolverán en un máximo de 15 días, frente a los 30 actuales. Las CC.AA. podrán rebajar el plazo si su normativa lo contempla
- Si hay un corte de suministro básico, como agua o luz, la empresa deberá informarte del motivo del problema y darte un plazo estimado para la restauración del servicio en menos de 2 horas
- Las empresas que ofrecen servicios continuados te atenderán las 24 horas los 7 días de la semana
- No podrán derivarte de teléfonos gratuitos a números con coste

217 594 1,529



ÁMBITO DE APLICACIÓN

- a) Servicios de suministro y distribución de agua y energía;
- b) Servicios de transporte aéreo de pasajeros, de transporte de viajeros por ferrocarril, de transporte de pasajeros por mar o por vías navegables y de transporte de viajeros en autobús o autocar;
- c) Servicios postales;
- d) Servicios de comunicación audiovisual de acceso condicional mediante pago, o en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales;
- e) Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos los servicios telefónicos que se registrarán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la disposición final tercera de la presente ley; y
- f) Servicios financieros, que se registrarán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la disposición final segunda de la presente ley.

Se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley a las empresas prestadoras de los servicios públicos prestados por las Administraciones Públicas en los sectores citados en este apartado cuando medie una relación de consumo con su clientela.

Asimismo, estarán incluidos en su ámbito de aplicación aquellos servicios cuya prestación sea temporalmente gratuita como consecuencia de una oferta, promoción o estrategia comercial análoga.



GRANDES EMPRESAS

- Esta ley también será de aplicación a las empresas establecidos en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la venta de bienes o la prestación de servicios diferentes a los recogidos en el apartado anterior en territorio español, siempre y cuando, en el ejercicio económico anterior, de forma individual o en el seno del grupo de sociedades del que formen parte, hayan ocupado al menos a **250 personas trabajadoras, su volumen de negocios anual haya excedido de 50 millones de euros**, o su balance de negocios anual haya excedido de 43 millones de euros



CLIENTELA

- La persona consumidora o usuaria que haya **comprado** un bien, al que se le haya dirigido una oferta comercial personalizada o haya celebrado un **contrato** con una empresa prestadora de servicios, independientemente de su carácter oneroso o gratuito y de que haga uso efectivo del servicio y hasta que se extingan definitivamente todos los efectos de dicho contrato.
- También serán considerados clientes:
 - a) Las personas consumidoras y usuarias que hayan sido **dados de alta en la prestación de servicios sin su consentimiento**;
 - b) Las personas consumidoras y usuarias que **siguen recibiendo facturas de un servicio para el que han solicitado la baja** o que no han contratado, o a las que se exija, de forma directa o indirecta, un pago por dichos servicios

SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA

- La organización de medios materiales y personales que la empresa pone a disposición de la clientela, cuya finalidad es la **emisión de información, recepción de consultas, gestión y resolución de quejas o reclamaciones**, averías o cualquier otra incidencia técnica, comercial o administrativa relativa a la venta de bienes o a la prestación de servicios, independientemente de que sean gestionados por la propia empresa o por un tercero.
- Los canales de comunicación que utilicen las empresas podrán incluir la **comunicación presencial (establecimientos abiertos al público, visitas de agente comercial)**, siempre que no esté expresamente prohibido en la normativa sectorial que resulte de aplicación, y cualquier forma de **comunicación a distancia** para la interlocución (correo ordinario, atención telefónica, correo electrónico, formulario web u otras formas de comunicación electrónica).

PRINCIPIOS GENERALES.

- Las empresas deberán disponer de un servicio de atención a la clientela **gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable.**
- Deberá permitir a la clientela:
- a) La presentación de **quejas, reclamaciones, incidencias o consultas y la recepción de la comunicación de su resolución;**
- b) Reclamar con **celeridad** en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia;
- c) Tener constancia de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, mediante la entrega de una **clave identificativa y un justificante por escrito, en un soporte duradero a elección de la clientela;**
- d) Cuando resulte legalmente procedente, obtener la **devolución equitativa del precio del bien o servicio**, total o parcialmente, y otras compensaciones legalmente procedentes, en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato o la oferta comercial



EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS

- Deberá permitir, además:
- a) Asegurarse de la **naturaleza, características, condiciones y utilidad** o finalidad del servicio contratado u ofertado de forma personalizada a las personas consumidoras y usuarias;
- b) Acceder a una **información veraz, eficaz, suficiente, transparente y actualizada** sobre cualquier incidencia surgida en torno a la normal prestación del servicio;
- c) Conocer los **niveles mínimos de calidad** y los mecanismos existentes para la acreditación de su cumplimiento, así como hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos;
- d) En el caso del suministro de energía, solicitar **información sobre las medidas de ahorro y eficiencia energética**, así como las posibilidades de contratar energía procedente de fuentes renovables.



INFORMACIÓN SOBRE EL SERVICIO DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA.

- Los canales de comunicación de atención a la clientela habilitados por la empresa deberán figurar **en el propio contrato, en las facturas que emita a los clientes y en su página web**, en un apartado específico de fácil identificación.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN A DISPOSICIÓN DE LA CLIENTELA.

- Las empresas deberán admitir para la presentación de **consultas, quejas, reclamaciones o incidencias** la utilización del **mismo canal** a través del que se inició la relación contractual, así como, al menos, **la vía postal, telefónica y por un medio de comunicación electrónica**

ATENCIÓN PERSONALIZADA

- Se prohíbe el empleo de **contestadores automáticos** u otros medios análogos como **medio exclusivo** de atención a la clientela.
- A solicitud de la persona consumidora o usuaria, cuando una consulta, queja, reclamación, o comunicación de incidencia se formule vía telefónica o electrónica, la empresa ha de **garantizar una atención personalizada**. En este sentido, la utilización de contestadores automáticos, bots conversacionales, u otros medios análogos deberá prever la **posibilidad de solicitar, por parte de la clientela, una atención personalizada** en cualquier momento de la interacción.
- Se considera **atención personalizada** la ofrecida directamente a través de un **operador especializado que contesta en tiempo real a la clientela**, que deberá identificarse en todo caso al inicio de la conversación.



PÁSEME A SU SUPERIOR

- En caso de insatisfacción con la atención recibida por parte del operador, quien haya iniciado la comunicación podrá solicitar que se **transfiera la comunicación a una persona física supervisora o a un departamento específico de calidad**, que deberá atenderle en el transcurso de esa misma comunicación
- No se define ni quién ha de desempeñar esa función “supervisora”, ni el contenido de la “atención” que se debe prestar en el transcurso de la conversación: ¿bastará que vuelva a escuchar el relato de la reclamación del usuario? ¿se limitará a corroborar la respuesta dada por el supervisado o dispondrá de cauces adicionales para modificar la respuesta inicial?

RÉGIMEN DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

- Las empresas que pongan a disposición de la clientela un **servicio de atención telefónica**, deberán asegurar que el uso de la atención telefónica **no suponga** para la persona consumidora y usuaria **un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar**.
- En el supuesto de utilizarse una **línea telefónica de tarificación especial** que suponga un coste para la persona consumidora o usuaria, el empresario le facilitará, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial, y en igualdad de condiciones, información sobre **un número geográfico o móvil alternativo**, e informando sobre el coste del servicio asociado a cada numeración.
- La comunicación iniciada por la clientela vía telefónica deberá ser atendida por la empresa a **la mayor brevedad**, garantizando que el 95% de las llamadas recibidas sean atendidas, de media, en **un plazo inferior a tres minutos**.
- Se **prohíbe la derivación de un teléfono gratuito a números que impliquen un coste** para la clientela, ya sea vía telefónica, mediante mensajes de texto u otros análogos para la atención de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias.
- El servicio de atención a la clientela **en ningún caso proporcionará ingresos adicionales**, ni directos ni indirectos, a la empresa a costa de la clientela.



TRAMITACIÓN CENTRALIZADA DE CONSULTAS, QUEJAS, RECLAMACIONES O INCIDENCIAS

- Los servicios de atención comunicarán a la clientela, durante la interlocución relacionada con cada consulta, queja, reclamación o incidencia, la **CLAVE IDENTIFICATIVA** de la misma, de modo que la simple referencia a esta permita a la clientela seguir el estado de su tramitación, de forma fácilmente accesible, viable y ágil

CONSTANCIA DE LA CONSULTA, QUEJA, RECLAMACIÓN O INCIDENCIA.

- **Cualquiera que sea el medio de presentación** de la consulta, queja, reclamación o incidencia y, sin perjuicio de la asignación de una clave identificativa para facilitar su seguimiento, deberá entregarse por parte de la empresa, en el transcurso de la comunicación, **UN JUSTIFICANTE DE LA CONSULTA, QUEJA, RECLAMACION O INCIDENCIA** presentada que permita la constancia del contenido, la fecha y la hora de su recepción por el destinatario. Dicho justificante será facilitado por la empresa sin necesidad de ser solicitado por la clientela, y en un soporte duradero a elección de la clientela. En caso de que la consulta, queja, reclamación o incidencia sea presentada a través de una **llamada telefónica, la empresa deberá grabar la llamada** con la finalidad establecida en este apartado e **informará del medio para acceder a ella** en el justificante que se remita. En estos supuestos, la empresa deberá conservar copia de esta grabación, al menos, hasta que la clientela haya sido notificada de la resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia de la que trae causa.
- La entrega del **justificante se realizará por la misma vía** por la que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia o por aquella que quien inicie la comunicación hubiera elegido de entre las puestas a disposición de la clientela por la empresa.



HORARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

El horario del servicio de atención a la clientela se ajustará al horario comercial de la empresa.

En los **servicios básicos de interés general**, siempre estará disponible la atención al cliente para la comunicación de **incidencias** en el servicio (24 h).

PRESTACIÓN DIFERENCIADA DE LA ACTIVIDAD DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA

- El servicio de atención a la clientela deberá estar **claramente identificado y diferenciado de las otras actividades de la empresa**, de manera que permita a la clientela tener la clara percepción de que este servicio tiene como finalidad resolver consultas, quejas, reclamaciones o incidencias.
- En ningún caso **se aprovechará** la formulación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias por la clientela **para ofrecer bienes, servicios y ofertas comerciales de la empresa reclamada, SALVO** que estén directa y claramente relacionadas con la resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia y, además, impliquen una mejora para la clientela en las condiciones de prestación del servicio o del precio

PLAZO DE RESOLUCIÓN DE CONSULTAS, QUEJAS, RECLAMACIONES E INCIDENCIAS.

- Las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, independientemente del medio a través del que se presenten, serán resueltas en el **plazo más breve posible** en función de la naturaleza del problema y, en todo caso, en el **PLAZO MÁXIMO DE QUINCE DÍAS HÁBILES** desde su presentación, **salvo** que la normativa sectorial establezca un **plazo distinto**.
- En el supuesto de **contratos de tracto sucesivo** vinculados a los **servicios de carácter básico de interés general**, las consultas o incidencias que versen sobre la continuidad del servicio, tales como cortes o suspensión del servicio, **deberán ser respondidas** en el **plazo máximo de dos horas**, proporcionando la información de que se disponga sobre las causas que han provocado la incidencia y han afectado a la continuidad del servicio, así como del plazo estimado para la restauración del servicio.



IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE VALORACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- Las empresas deberán implantar y documentar un sistema que permita definir el **grado de satisfacción de su clientela** respecto al trato recibido por parte del servicio que le ha atendido. Las empresas llevarán un registro de la información que resulte de la implantación de este sistema.
- En ningún caso podrán realizarse **encuestas de satisfacción** del servicio **con anterioridad a la resolución de la consulta**, queja, reclamación o incidencia

INFRACCIONES Y SANCIONES

- El **incumplimiento** por las empresas de las disposiciones de esta ley será sancionado como **infracción en materia de consumo**, siendo de aplicación lo dispuesto en el **régimen sancionador general** sobre protección de las personas consumidoras y usuarias previsto en el libro primero, título IV del 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, y por la normativa autonómica que resulte de aplicación.
- Cuando **el mismo hecho y en función de idéntico ataque** a los intereses públicos pueda ser calificado como **infracción** con arreglo a esta norma y **otras normas sancionadoras de carácter sectorial**, se aplicará de forma **PREFERENTE LA NORMATIVA SECTORIAL**.

NUEVO CÓDIGO ÉTICO DE LOS TELEOPERADORES PARA LLAMADAS COMERCIALES

- **¿Recibes llamadas comerciales a horas intempestivas? No volverá a pasar.**
- Una de las principales quejas planteadas por los usuarios de teléfono es la de **recibir llamadas con ofertas comerciales no solicitadas**. Esta situación conlleva molestias, especialmente cuando las llamadas son reiteradas o en horarios en los que debería quedar garantizado el **derecho al descanso**. Desde marzo de 2014, la **Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios** incorpora limitaciones a estas prácticas comerciales, no siempre se ha respetado adecuadamente este marco legal.
- Art. 96.1: En ningún caso, las llamadas telefónicas se efectuarán antes de las 9 horas ni más tarde de las 21 horas ni festivos o fines de semana
- Esta situación podría cambiar a partir de ahora, pues **los principales operadores de telefonía han decidido implementar un CÓDIGO ÉTICO** que además de complementar la regulación existente, amplía las garantías para el consumidor.

CÓDIGO ÉTICO

- **El horario de las llamadas comerciales queda restringido a partir del 1 de enero de 2022, no pudiéndose realizar antes de las 10:00 horas o después de las 21:00 horas. Tampoco de 15:00 a 16:00 horas o los fines de semana.**
- **Se limita a un máximo de tres intentos dentro del plazo de un mes para poder contactar con el cliente.** También se recoge el compromiso de que, si el cliente **no acepta la oferta comercial que se le plantea, no se le volverá a llamar en los siguientes tres meses.**
- Se refuerzan los mecanismos de transparencia de la información. **Se establece que el consumidor tiene derecho a conocer desde qué número se le llama y que dicha llamada tiene un propósito comercial.** Del mismo modo, el consumidor tendrá derecho a conocer dónde se han obtenido sus datos y quién es el responsable de su tratamiento.
- Se incorpora un **mayor control para garantizar el derecho de aquellas personas que se han incorporado en la “Lista Robinson” para no recibir llamadas comerciales.** Recordemos que este es un servicio de exclusión publicitaria que impide recibir llamadas comerciales a aquellas personas que lo hayan indicado de forma expresa.

CONCLUSIONES

- Sólo las **grandes empresas y las prestadoras de servicios básicos** estarán obligadas a articular un servicio de atención al cliente conforme a las exigencias de la nueva ley.
- **Límites a los tiempos de espera.** La ley establecerá límites a los tiempos de espera telefónica
- **Horario de atención.** Con carácter general, el horario del servicio se ajustará al horario comercial de la empresa
- **Grabación de la conversación telefónica y disponibilidad de la grabación**
- **Presentación de la reclamación.** Las empresas estarán obligadas a permitir la presentación de reclamaciones, quejas, incidencias o consultas y la recepción de la comunicación de su resolución, al menos, por el mismo medio por el que se inició la compra.
- **Tratamiento de la reclamación.** Las respuestas al cliente deberán estar debidamente motivadas y en ningún caso podrán ser cerradas por caducidad o prescripción no imputable a la clientela
- **Obligación de la empresa de informar** sobre las consecuencias de las incidencias graves de la prestación del servicio.
- Obligación de la empresa de **formar adecuadamente al personal de atención.**
- Posible solicitud de la **intervención de un supervisor**, en caso de insatisfacción del consumidor con la atención recibida.

MODIFICACIONES

- Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 21
- «2. Las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición del consumidor y usuario deberán asegurar que éste tenga **CONSTANCIA** de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de **una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero**.
- Si tales servicios utilizan la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones deberán garantizar una **atención personal directa**, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance. Las oficinas y servicios de información y atención al cliente serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de **accesibilidad universal** y, en su caso, medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos.
- Se **deberán identificar claramente** los servicios de atención al cliente en relación a las otras actividades de la empresa, **prohibiéndose expresamente la utilización de este servicio para la utilización y difusión de actividades de comunicación comercial de todo tipo**.
- En caso de que el empresario ponga a disposición de los consumidores y usuarios una **línea telefónica** a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no podrá suponer para el consumidor y usuario un coste superior al **coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar**. En el supuesto de utilizarse, una **línea telefónica de tarificación especial** que suponga un coste para el consumidor o usuario, el empresario facilitará al consumidor, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo. Adicionalmente, en los supuestos de **servicios de carácter básico de interés general**, las empresas prestadoras de los mismos deberán disponer, en cualquier caso, de un **teléfono de atención al consumidor gratuito**. A estos efectos, tendrán la consideración de servicios de carácter básico de interés general los de suministro y distribución de **agua y energía, financieros y de seguros, postales, transporte aéreo de pasajeros, transporte de viajeros por ferrocarril, transporte de viajeros en autobús o autocar, los sanitarios**, así como aquellos que legalmente se determinen.
- 3. los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios **información sobre los medios** a través de los cuales puedan interponer, cualquiera que sea su lugar de residencia, sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados, que deberá **incluir, al menos, el medio por el que se inició la relación contractual, así como la vía postal, telefónica y un medio de comunicación electrónica**. Los empresarios comunicarán además su dirección legal si esta no coincidiera con la dirección habitual para la correspondencia.
- Los empresarios deberán dar respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el **plazo máximo de quince días** desde la presentación de la reclamación.»



INFRACCIÓN DE CONSUMO

- Se modifica la **letra q)** del artículo del apartado 1 del artículo 47 :
- «q) El **incumplimiento de las obligaciones en relación con los servicios de atención al cliente incluidas en esta norma y en su normativa específica.**

A blue, textured suitcase is open and sits on a dark wooden surface. Inside the suitcase, a row of books with various colored spines (red, green, yellow, white) is visible. The background is a plain, light-colored wall. The text "UN CASO PRÁCTICO PARA TERMINAR" is overlaid in white, sans-serif font across the center of the image.

UN CASO PRÁCTICO PARA TERMINAR




EL IDIOMA DE UNA RECLAMACIÓN DE CONSUMO

- En relación con una reclamación presentada por usuaria ante Booking, la OMIC le remitió el escrito y documentación a la empresa.
- En la contestación dada por Booking (Departamento de Atención al Cliente), en el punto 5, se pide que se envíen las comunicaciones en inglés.
- En concreto se dice textualmente:
- *“Como nuestro idioma corporativo es el inglés (por lo cual, me disculpo), te solicito amablemente que envíes toda la correspondencia y comunicación futuras en inglés”*

II. CONTESTACIÓN DE BOOKING

- En primer lugar, se declara que se trata empresa privada de responsabilidad limitada constituida en virtud de la legislación de los Países Bajos y con domicilio social en
- *Ámsterdam, Países Bajos (1.1.1).*
- En segundo lugar, declara que “Al realizar una reserva en la Plataforma, el usuario acepta los Términos” (1.2.1). Y añade “*Estos términos y condiciones, que pueden modificarse periódicamente, se aplican a todos nuestros servicios de forma directa o indirecta (a través de distribuidores) disponibles online, a través de cualquier dispositivo móvil, por correo electrónico o por teléfono. Al acceder, navegar y utilizar nuestro sitio web (móvil) o cualquiera de nuestras aplicaciones a través de cualquier plataforma (en adelante, denominadas conjuntamente la “Plataforma”) o al realizar una reserva, reconoces y aceptas haber leído, entendido y aceptado los términos y condiciones que se establecen a continuación (incluida la declaración de privacidad)*” (1.2.2.a).
- En tercer lugar, se indica que “1.3.1 Los Términos establecen claramente lo siguiente en cuanto a: (iii) la legislación vigente con respecto a Booking.com”.
- En cuarto lugar, se indica que “*Booking.com tiene su sede en Ámsterdam, Países Bajos y varias subsidiarias en todo el mundo*” (cláusula 12 de los términos).


- 
- se añade: “1.3.2 Dado que (i) prestamos nuestro servicio en y desde los Países Bajos (aquí también se encuentran nuestros servidores), (ii) operamos nuestro sitio web en y desde los Países Bajos y (iii), **en la medida permitida por la ley**, nuestros términos y condiciones establecen claramente que nuestros servicios se rigen e interpretan según la legislación holandesa, no se nos aplicarán otras leyes que no sean las holandesas con respecto al Sitio web y al Servicio” (la negrita es nuestra).
 - Finalmente (punto 5 de la contestación), señala que “para evitar dudas, y como se establece explícitamente en el Aviso legal en el Sitio web y en los Términos (cláusula 12), ten en cuenta que: (i) Booking.com no acepta ni asume ningún domicilio en ningún lugar, ubicación u oficina en el mundo (tampoco en las oficinas de sus empresas de apoyo), que no sea su domicilio social en Ámsterdam, y
 - (ii) las Empresas de apoyo no operan y no están autorizadas para actuar como ningún tipo de agente de proceso o servicio de Booking.com.


LEY APLICABLE AL CONTRATO

- Debemos remitirnos a lo dispuesto en el Convenio de Roma I (Reglamento (CE) nº 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales).
- El art. 6 del Reglamento contempla los contratos de consumo. A tal efecto dispone que:
 - “1. Sin perjuicio de los artículos 5 y 7, el contrato celebrado por una persona física para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad comercial o profesional ("el consumidor") con otra persona ("el profesional") que actúe en ejercicio de su actividad comercial o profesional, se regirá por la ley del país en que el consumidor tenga su residencia habitual, siempre que el profesional:
 - a) ejerza sus actividades comerciales o profesionales en el país donde el consumidor tenga su residencia habitual, o
 - b) por cualquier medio dirija estas actividades a ese país o a distintos países, incluido ese país, y el contrato estuviera comprendido en el ámbito de dichas actividades.
 - No obstante, lo dispuesto en el apartado 1, las partes podrán elegir la ley aplicable a un contrato que cumple los requisitos del apartado 1, de conformidad con el artículo 3. Sin embargo, dicha elección no podrá acarrear, para el consumidor, la pérdida de la protección que le proporcionen aquellas disposiciones que no puedan excluirse mediante acuerdo en virtud de la ley que, a falta de elección, habría sido aplicable de conformidad con el apartado 1.
- 3. Si no se reúnen los requisitos señalados en las letras a) y b) del apartado 1, la ley aplicable a un contrato entre un consumidor y un profesional se determinará de conformidad con los artículos 3 y 4.



- **4. Los apartados 1 y 2 no se aplicarán a los siguientes contratos:**
- **a) contratos de prestación de servicios, cuando los servicios deban prestarse al consumidor, exclusivamente, en un país distinto de aquel en que el mismo tenga su residencia habitual”;**
- En el presente caso, se trataba de la reserva de unos servicios de alojamiento en Mouraria Deluxe Apartments (apartamento turístico en Lisboa, Portugal). ¿Esto significa que es de aplicación la ley portuguesa y que el consumidor español tendría que presentar su reclamación en dicho idioma? Evidentemente no.
- Aquí debemos distinguir dos situaciones:
- Consumidor pasivo: el que consume en el mercado donde tiene su residencia habitual y, por consiguiente, presupone que es la otra parte contratante, i.e. el profesional, quien física o comercialmente (mediante oferta o publicidad) va a dicho mercado. En este caso, la ley aplicable debe ser la ley del consumidor; esto es, la ley del Estado donde el consumidor tenga su residencia habitual, en la medida en que quien genera o introduce el elemento de internacionalidad es el empresario. El artículo 6 del Reglamento sólo protege a los consumidores pasivos.
- Consumidor activo: el consumidor que “va” al mercado del profesional. El Reglamento entiende que este segundo tipo de consumidores no pueden invocar “su Derecho” (i.e. el del Estado de su residencia). En el caso del consumidor activo, es el propio consumidor quien introduce el elemento de internacionalidad y por ello quien debe asumir las consecuencias.
- El Reglamento define lo que debe entenderse por “consumidor pasivo” y distingue dos hipótesis [de forma similar al artículo 15 del Reglamento Bruselas I, y la jurisprudencia del TJUE sobre este reglamento (C-585/08 y 144/08, C-190/11 o C-218/12)]:
- (a) Cuando el profesional desempeñe actividades comerciales o profesionales en el país donde el consumidor tenga su residencia habitual y el contrato entre en el ámbito de dichas actividades (art. 6.1 (a)).
- (b) Cuando el profesional dirija sus actividades por cualquier medio al país del consumidor o a distintos países, incluido el del consumidor y el contrato entre en el ámbito de dichas actividades (art. 6.1 (b)).

- 
- Por tanto, al darse las condiciones, materiales y territoriales de aplicación del precepto, la ley que rige el contrato es la del país donde el consumidor tenga su residencia habitual; en particular el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (RDL 1/2007, de 12 de abril).
 - Las cláusulas de elección de ley aplicable son, en principio, válidas y eficaces. Sin embargo, dichas cláusulas quedan sujetas al principio de mayor favorabilidad, i.e. sólo juegan para bien del consumidor.
 - La ley elegida por las partes no puede privar al consumidor de la protección que le ofrecen las normas imperativas de la ley de su país de residencia habitual.

- 
- No hay ningún precepto que haga mención al idioma de las reclamaciones en la normativa consumerista estatal en vigor.
 - Sin embargo, una interpretación sistemática de la ley permite concluir sin miedo a equivocarnos que el idioma de la reclamación debe ser el castellano o cualquiera de las lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato, generalmente, el domicilio del consumidor:



LGDCU

- El art. 60, relativo a la información precontractual, señala que: *“4. La información precontractual debe facilitarse al consumidor y usuario de forma gratuita y al menos en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato”*.
- El artículo 98, sobre los requisitos formales de los contratos a distancia, dispone: *“1. En los contratos a distancia, el empresario facilitará al consumidor y usuario, en la lengua utilizada en la propuesta de contratación o bien, en la lengua elegida para la contratación, y, al menos, en castellano, la información exigida en el artículo 97.1”*.
- Igual previsión contiene el art. 99.1, en relación con los contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil.
- El art. 127.2 señala que *“La declaración de garantía comercial se entregará al consumidor o usuario en un soporte duradero a más tardar en el momento de entrega de los bienes y estará redactada, al menos, en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato, de manera clara y comprensible”*.
- El art. 153.3, relativo a los viajes combinados, señala que: *“La información a que se hace referencia en los apartados 1 y 2 deberá facilitarse al viajero, al menos, en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato y de forma clara, comprensible y destacada, y cuando se facilite por escrito deberá ser legible”*.

PROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA (121/000104, DE 10 DE JUNIO DE 2022)

- En su artículo 7, sobre medios de comunicación a disposición de la clientela: “2. *La presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias podrá realizarse en castellano, así como en cualquiera de las lenguas cooficiales cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas cooficiales*”.
- Asimismo, el art. 13, relativo a resolución notificación, establece: “6. *La respuesta a la consulta, queja, reclamación o incidencia deberá hacerse en la misma lengua en la que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia por parte de la clientela y, a solicitud de esta, al menos en castellano*”.
- El artículo 29 ter, sobre forma, contenido y lugar de la presentación de las quejas y reclamaciones, dispone: “2. *La presentación de quejas y reclamaciones podrá realizarse en castellano, así como en cualquiera de las lenguas cooficiales cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas cooficiales*”.
- Por último, el artículo 29 septies, sobre finalización y notificación: “4. *La notificación se realizará en la misma lengua en la que se haya celebrado el contrato o se haya dirigido personalmente la oferta comercial al consumidor y usuario, o bien se haya presentado la queja y reclamación por parte de este, y, a solicitud del mismo, al menos en castellano*”.



CONCLUSIÓN:

- La respuesta de las empresas sometidas a la ley española, a las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias se llevará a cabo **en la misma lengua en la que se realizó el contrato o la oferta comercial** dirigida personalmente al consumidor y usuario y, al menos, **en castellano a solicitud de la persona consumidora o usuaria.**