



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias del Trabajo

Grado en Relaciones Laborales y
Recursos Humanos

“Teoría General del Contrato y Protección de Consumidores”

Alumna: **Lucía Reglero Martín**

Tutora: **Marta Pérez Escolar**

Palencia, Julio 2015

Índice

- I. Introducción.**
- II. Surgimiento y evolución del Derecho de consumo: el Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios.**
- III. Incidencia del Derecho de consumo en la Teoría General del Contrato.**
- IV. Elementos del contrato. La forma contractual como mecanismo para la protección de consumidores.**
- V. Formación del contrato.**
 - a. La oferta y la aceptación.
 - b. El deber de información previa al consumidor.
- VI. Contenido del contrato celebrado con consumidores.**
 - a. El control de incorporación de las cláusulas no negociadas.
 - b. El control de contenido: las cláusulas abusivas.
- VII. Eficacia normativa del contrato: el derecho de desistimiento del consumidor.**
- VIII. Conclusiones.**
- IX. Bibliografía.**

Abreviaturas

Art. Artículo

RDL Real Decreto Legislativo

CC Código Civil

CE Constitución Española

TRLUCU Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

LCGC Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación.

LCC Ley de Crédito al Consumo.

LCAT Ley de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio y normas tributarias

LVPBM Ley de Venta a Plazos de Bienes Muebles.

LSSI Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

LCDSF Ley de Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a consumidores

I. Introducción

El hecho de ser consumidora habitual, despierta en mí interés en la materia, interés que se centra básicamente en cuál es la protección que tenemos los consumidores participantes en las relaciones de consumo.

El tema del trabajo a tratar, es un tema novedoso para mí, ya que no se ve en el grueso de la carrera como otras materias, sino que únicamente se ve en dos asignaturas, Introducción al Derecho Civil y Derecho de Contratos y Protección de Consumidores.

En un primer lugar, se acerca al tema a través de la definición de un concepto que he considerado como básica.

Se denomina consumidor o usuario a *«aquellas personas físicas que actúan con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión; también son aquellas personas jurídicas (y entidades sin personalidad jurídica) que actúan sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a cualquier actividad comercial o empresarial.»*¹

Los consumidores o individuos son las unidades económicas básicas por el lado del consumo, cuyo objetivo y fin último, es el consumo masivo de bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. Ese consumo es masivo por el simple hecho de que las necesidades que satisfacen son ilimitadas, ya que muchas veces estas no se podrán solventar nunca (claro y simple ejemplo de una necesidad ilimitada que nunca se puede solventar es el de la alimentación).

Nos encontramos ante una sociedad moderna, de consumo, vital y cambiante, en la que el consumo es una pieza clave en la economía, y los consumidores meros actores, por lo cual es necesario que ante estos cambios se establezca una protección de esos participantes en las relaciones de consumo.

En el mismo modo que la sociedad ha ido cambiando y evolucionando, el derecho del consumo también, ha ido sufriendo numerosas modificaciones,

¹ Art. 3 del RDL 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (TRLUCU)

destacando la última de ellas, llevada a cabo a través del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios (Ley 3/2014 de 27 de Marzo), a fin de trasponer en nuestro derecho interno la Directiva 2011/83/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de Octubre de 2011 sobre derechos de los consumidores.

El objetivo que se busca con este trabajo es conocer la evolución del Derecho en los contratos de consumo, y examinar las particularidades que se han introducido en la Teoría General del Contrato contenida en el CC, con el fin de proteger a los consumidores, y que todas ellas pasen a desarrollarse en este trabajo.

Se estudiara, por un lado, la aplicación de la normativa general que regula las condiciones generales de la contratación (Teoría General del Contrato), y por otro, la normativa específica del derecho de consumo, con el fin fundamental de ver en qué aspectos únicamente se aplica la general y en que otros aspectos se aplica la específica, mejorando esta última lo dispuesto, ver en qué grados y las consecuencias que conlleva la aplicación de esta normativa específica.

Competencias del Grado de Relaciones Labores y Recursos Humanos

En relación a las competencias del título, las que se van a desarrollar con este trabajo serán las citadas a continuación.

Dentro de las Profesionales se encuentran las propias del título, donde destacan con este trabajo, las siguientes:

Profesionales (SABER HACER)

- CE.13. Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente usando la terminología y las técnicas adecuadas
- CE.14. Capacidad de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación

- CE.15. Capacidad para seleccionar y gestionar información y documentación laboral

Académicas

- CE.33. Capacidad para interrelacionar las distintas disciplinas que configuran las relaciones laborales
- CE.34. Comprender el carácter dinámico y cambiante de las relaciones laborales en el ámbito nacional e internacional
- CE.35. Aplicar los conocimientos a la práctica

No por ser genéricas son menos esenciales, por lo tanto dentro de las Competencias Genéricas destacaría las siguientes:

Instrumentales

- CG.1. Capacidad de análisis y síntesis
- CG.2. Capacidad de organización y planificación
- CG.6. Capacidad de gestión de la información
- CG.7. Resolución de problemas
- CG.8. Toma de decisiones

Personales

- CG.14. Razonamiento crítico

Sistemáticas

- CG.16. Aprendizaje autónomo
- CG.17. Adaptación a nuevas situaciones
- CG.18. Creatividad

II. Surgimiento y evolución del Derecho de consumo: el Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios.

Nos situamos en el siglo XIX, siglo en el que el derecho de consumo tiene su origen en el CC, reflejándose en el *Principio de autonomía de la voluntad* (art. 1255 CC), que garantizaba libertad e igualdad contractual para las partes contratantes, ya que las partes que negocian el contrato se encuentran en una situación similar, es decir, son libres y están en un plano de igualdad ambas.

En el siglo XX empieza a surgir el Derecho laboral a causa de la necesidad de proteger a una de las partes, en concreto a la parte más débil; el contratante, en este caso de contratos laborales, a los trabajadores.

Por la misma causa nace el Derecho de consumo, pero a diferencia del contrato laboral, este derecho protege en los contratos civiles a la parte débil, que es el consumidor.

Tal y como dice FERNANDEZ VARA², esta protección surge como consecuencia del reconocimiento de derechos y libertades, siendo esta protección del consumidor un derecho reconocido de los ciudadanos, y siendo una preocupación la dignidad humana y el desarrollo libre de la personalidad de estos consumidores.

Se les considera la parte más débil, ya que se encuentra en una posición desigual o inferior, porque es el consumidor el que se adhiere a las condiciones generales del contrato, establecidas previamente por el empresario, estos son los denominados contratos no negociados o de adhesión.

Como consecuencia y a través de la promulgación de normas por parte del Estado, se fue formando el Derecho de consumo.

Actualmente, el derecho de consumo tiene diversos fundamentos:

² G. FERNANDEZ VARA, Prologo, *La Protección de los Consumidores*, Aranzadi, 2007, pág.11.

En un primer lugar, nos encontramos con un fundamento constitucional ³, debido a un cambio en las circunstancias del país surge esta protección, siendo algunas de las razones que lo explican las siguientes: la ampliación de los mercados, los avances de la técnica, las grandes empresas, las eficaces campañas publicitarias y la falta de poder del consumidor para defender sus intereses.⁴ Este fundamento constitucional, primeramente nos lo encontramos en el art. 9.2 CE y seguidamente en el art. 51 CE.

El art. 9.2 porque se recoge la responsabilidad de los Poderes Públicos para *«promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.»*. Este art. es relevante porque los consumidores, tal y como hemos dicho antes, son participantes.

Pero a pesar de lo dispuesto en el art. anterior, el punto más importante referido a la protección, es el art. 51, que en su párrafo segundo recoge que *«los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.»*.

Estas obligaciones de los poderes públicos, tanto la recogida en el art. 9.2 como la del art. 51 constituyen uno de los principios rectores de la política social y económica.

Estos principios rectores de la política social y económica, fijados en el Capítulo III del Título II de la CE, se refieren tanto a aspectos de la realidad social y económica de considerada importancia en la vida cotidiana de los ciudadanos, como a necesidades básicas de las personas.

³ M. CORCHERO y A. GRANDE MURILLO, *La Protección de los Consumidores*, Aranzadi, 2007, pág. 11.

⁴ A. BERCOVITZ, *La protección de los consumidores, la Constitución española y el Derecho Mercantil*, en A. BERCOVITZ y R. BERCOVITZ, *Estudios jurídicos sobre protección de consumidores*, Madrid, 1987, pág. 23.

Papel fundamental en el surgimiento del Derecho de consumo también han tenido las Directivas Comunitarias, siendo este otro fundamento (fundamento comunitario⁵).

Tal y como recoge MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, la política europea nace gracias al *Programa Preliminar para una política de protección e información de los consumidores* (1975) ⁶ tras la Cumbre de Jefes de Estado de París del año 1972.

En este programa, destaca, en un primer lugar la delimitación del concepto de consumidor y en segundo lugar, que el programa fomente y quiera proteger los derechos propios de los consumidores.

Aunque inicialmente este Programa Preliminar tiene 5 años de duración, en el año 1980 se elabora por la Comisión de la Cumbre de Jefes de Estado un segundo programa, programa que tiene la finalidad de seguir la línea de su antecesor.

A pesar de todas las directivas sobre protección de consumidores, una de las más importantes es la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores, la cual modifica a la Directiva 93/13/CEE del Consejo y a la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de mayo de 1999 y a la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

Esta directiva (2011/83/UE) surge tras la revisión de la Directiva 85/577/CEE del Consejo, de 20 de diciembre de 1985, referente a la protección de los consumidores en contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia, por la razón de simplificar las normas aplicables a la contratación de consumidores y eliminar tanto lagunas como incoherencias en la aplicación de estas.

⁵ M. CORCHERO y A. GRANDE MURILLO, *La Protección...*, op. Cit., pág. 12.

⁶ C. MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, *Curso de Derecho civil, Volumen II, Derecho de Obligaciones*, VVAA (C. MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, Coord.), Colex, Madrid, 2014, pág. 330.

Con la trasposición de esta Directiva, se desarrolla el Nuevo Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios.

Y por último, en el fundamento interno, además del fundamento constitucional, la principal norma que afecta es el Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios (TRLUCU)

A tenor de lo dispuesto de la disposición final quinta de la Ley 44/2006, de 29 de diciembre, en la que se habilitaba a refundir, en un plazo determinado, la Ley 26/1984, de 19 de julio, surge el Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (TRLUCU), aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que derogó:

- A la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- A la Ley 26/1991, de 21 de Noviembre, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles.
- A la Ley 22/1994, de 6 de julio, de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos.
- A la ley 21/1995, de 6 de julio, reguladora de los viajes combinados.
- Y a la Ley 23/2003, de 10 de julio, de garantías en la Venta de Bienes de consumo.

Este TRLUCU es la normativa que actualmente regula el derecho de consumo, y que mantiene el alma de la ley que refundió: estructurarse en base a los derechos básicos de los consumidores.

Pero hasta llegar al punto actual se han tenido que trasponer una gran cantidad de directivas comunitarias, además de refundir varias leyes. A pesar de todas las leyes que pretendían proteger a los consumidores, se producían solapamientos, conflictos o confusión sobre cuál de todas era la teóricamente aplicable, es decir, que el derecho del consumo estaba en una situación de

abundancia de normas que se solapaban entre sí ⁷, siendo esta otra de las razones de la elaboración de un nuevo texto que reuniera todo.

En el desarrollo de la nueva redacción del Texto Refundido, además de trasponer la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores, se ha tenido en cuenta el listado adjunto a la Directiva 98/27/CE, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, incluyéndolas en él. Algunos de los temas que tratan son:

- Prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior.
- Contratos negociados fuera de establecimientos mercantiles.
- Aproximación a créditos de consumo.
- Viajes combinados, vacaciones y circuitos combinados.
- Publicidad para medicamentos para uso humano.
- Cláusulas abusivas en contratos celebrados con consumidores.
- Protección de consumidores en materia de contratos a distancia.
- Determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo.
- Servicios de información, en particular del comercio electrónico.
- Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a consumidores.

Con este texto refundido se incorporan en él leyes que rigen, además de la defensa de consumidores y usuarios, contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles (Ley 26/1991, de 21 de Noviembre sobre

⁷ C.MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, *Curso de...*, op. cit., pág. 332.

contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles), contratos a distancia, Garantías en la Venta de Bienes de Consumo (Ley 23/2003, de 10 de Julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo), responsabilidad civil por daños causados por productos defectuosos (Ley 22/1994, de 6 de Julio, de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos) y sobre viajes combinados (Ley 21/1995, de 6 de julio, reguladora de los viajes combinados).

Algunas de esas leyes que se incluyen, son transposiciones de las Directivas incluidas en el listado anteriormente citadas, que como todas las Directivas Comunitarias necesitan forzosamente una transposición.

El objetivo de esta nueva regulación es la unificación y armonización de las normas nacionales en materia de contratación con consumidores con las normas de origen europeo, para reforzar la seguridad jurídica del derecho de consumo.

La ley se estructura en un preámbulo, un artículo único, tres disposiciones adicionales, una transitoria y trece finales.

En el libro segundo se modifica el título tercero y se suprime el contenido del título cuarto. Además el título quinto pasa a denominarse título cuarto.

Novedades que se incluyen en la nueva regulación del Texto Refundido:

- Los requisitos de información precontractual con consumidores se amplían.
- Se establece un mayor plazo para ejercer el derecho de desistimiento.
- O nuevos derechos reconocidos, como el derecho a recibir una copia en papel sin coste alguno, o el establecimiento del tamaño de la letra en algunos contratos.

III. Incidencia del Derecho de consumo en la Teoría General del Contrato.

La Teoría general del contrato se modificada en algunos aspectos para la protección o la defensa de los consumidores con el fin de protegerlos.

En este trabajo se va a estudiar la incidencia de las normas de protección de los consumidores o derecho de consumo, en la Teoría General del Contrato.

- En primer lugar, antes de la fase de formación del contrato nos encontramos con el establecimiento de la forma contractual como mecanismo para la protección de consumidores, es decir, que hay contratos celebrados con consumidores que obligatoriamente han de reunir la forma escrita, además de los demás elementos esenciales (consentimiento de las partes, objeto y causa del contrato)
- Seguido, en la fase de formación, nos encontramos ante la regulación de la oferta contractual (y de la publicidad), estableciendo unos requisitos para que esa oferta sea una declaración de voluntad de contratación. Dentro de ella, nos encontramos con la publicidad, parte importante en la oferta, ya que es a través de esta como más se incita a la formalización de contratos; el contenido de esta publicidad es exigible en el contrato aunque no figure expresamente.

Cobra también en esta fase especial importancia, el establecimiento de un deber de información precontractual al consumidor o usuario por parte de la otra parte contratante.

- En lo relativo al contenido del contrato se estudiará en este trabajo:
 - El control de incorporación de las cláusulas no negociadas, control que surge de la contratación en masa y los contratos de adhesión con condiciones generales de la contratación iguales para todos los consumidores. Este es un control que se hace para

que la condición general de la contratación pueda pasar a considerarse cláusula contractual.

- La condición de cláusula abusiva, cláusulas que se dan únicamente en contratación con consumidores. Estas cláusulas pasan un segundo control, llamado control de contenido, que es el que determinara si las cláusulas contractuales tienen la condición de abusivas.
- Y por último, respecto a la eficacia normativa de los contratos con consumidores, estudiaremos una especialidad del derecho del consumo, que es contraria a la Teoría General, que es el derecho de desistimiento. Se trata de un derecho reconocido para los consumidores, y que con él pueden dejar sin efectos el contrato firmado previamente, sin necesidad de alegar justificación y sin penalización ninguna.

Esta eficacia normativa se difiere de lo recogido en la Teoría General, ya que los contratos únicamente se pueden dejar sin efecto previo consenso de las partes contractuales y este derecho da la capacidad a una sola parte a que unilateralmente extinga el contrato.

IV. Elementos del contrato. La forma contractual como mecanismo para la protección de consumidores.

El CC en el capítulo II del título II del libro IV se centra en la regulación *de los requisitos esenciales para la validez de los contratos*.

Estos elementos, recogidos en el capítulo indicado anteriormente, son el consentimiento de las partes, el objeto y la causa del contrato (art. 1.261 CC)⁸ siendo elementos esenciales para que el contrato pueda existir y sin cuya concurrencia el contrato carece de validez.

Normalmente, la concurrencia de estos elementos de validez, hace que surtan los efectos al contrato que le son propios, siendo fuente de obligaciones exigibles a quienes le hayan concertado⁹, sin tener en cuenta alguna la forma contractual como requisito o como elemento que determine validez.

El art. 1.278 del CC recoge el principio de libertad de forma en la que se hayan celebrado los contratos (siempre y cuando se cumplan los requisitos esenciales para la validez de los contratos), siendo la regla general la del sistema contractual consensualista, es decir, que la existencia del contrato es desde que las partes consienten (art. 1.254 CC) o como recoge el art. 1.258 *«los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento y desde entonces obligan»*.

En resumen, como regla general, no es necesario un requisito de forma concreta debido al principio de libertad de forma, pero hay excepciones, como los considerados contratos solemnes (o formales) en los que la forma contractual es requisito esencial del contrato, de forma que la no formalización por escrito hace que el contrato sea nulo de pleno derecho (Art. 6.3 CC)¹⁰.

⁸ Art. 1261 del CC: *«No hay contrato sino cuando concurren los requisitos siguientes: 1.º Consentimiento de los contratantes. 2.º Objeto cierto que sea materia de contrato. 3.º Causa de la obligación que se establezca.»*

⁹ P. DE PABLO CONTRERAS, *Curso de...*, op.cit., 2014, pág. 351.

¹⁰ *«Los actos contrarios a las normas imperativas y a las prohibitivas son nulos de pleno derecho»* es decir, que si las leyes específicas recogen que ciertos tipos de contratación con consumidores se han de formalizar por escrito, el hecho de que el contrato se haga verbalmente va en contra de lo regulado,

Dentro de este carácter solemne, podemos encuadrar ciertos casos que se dan en la contratación con consumidores, ya que hay algunos contratos que deben formalizarse por escrito. Esto se debe a que el derecho de consumo ha optado por el formalismo con el fin de beneficiar a los consumidores.

Este formalismo tiene como fin que el consumidor pueda conocer y tener acceso más fácilmente al contenido del contrato, ya que al igual que la formalización por escrito, ha de facilitarse tantas copias necesarias como partes intervengan en la contratación.

Los casos que en el derecho de consumo necesitan tal formalización los estudiamos a continuación:

- Los de crédito al consumo (LCC) en su artículo 16.1¹¹.

Se trata de una ley que se aplica a aquellos contratos en los que un prestamista se compromete a conceder un crédito a la otra parte, es decir, al consumidor. Además de trasponer la Directiva Comunitaria 2008/48/CE, también pretende conservar aquellas previsiones de nuestro Derecho interno que ofrecen una mayor protección en el ámbito del crédito al consumo¹² y que no estaban recogidas en la directiva.

La Ley, donde más hincapié hace es en las actuaciones previas a la contratación del crédito, en concreto, en regular de forma más detallada la información precontractual (publicidad, comunicaciones comerciales y anuncios de oferta)

- El contrato de venta a plazos de bienes muebles (LVPBM) en su artículo 6.1¹³:

convirtiendo el contrato en nulo de pleno derecho.

¹¹ «los contratos de crédito sometidos a la presente Ley se harán constar por escrito en papel o en otro soporte duradero». Tal y como recoge la teoría de los contratos solemnes, en este caso «el incumplimiento de la forma escrita dará lugar a la anulabilidad del contrato.» Art. 21 LCC.

¹² Exposición de motivos de LCC, págs 1-2.

¹³ Para la validez de los contratos sometidos a la Ley de Venta a Plazos de Bienes Muebles «será preciso que consten por escrito. Se formalizarán en tantos ejemplares como partes intervengan, entregándose a cada una de ellas su correspondiente ejemplar debidamente firmado.»

Esta ley constituyó dentro de nuestro ordenamiento un precedente fundamental en protección de consumidores, ya que tiene por objeto la regulación de los contratos de venta a plazos de bienes muebles corporales no consumibles e identificables, de los contratos de préstamo destinados a facilitar su adquisición y de las garantías que se constituyan para asegurar el cumplimiento de las obligaciones nacidas de los mismos.¹⁴

A través del sistema de aplazamiento de pago y de préstamos destinados a facilitar la adquisición de los bienes, se pretendió regular una serie de operaciones que hiciesen posible el acceso a los mismos concediendo unas importantes garantías al vendedor.¹⁵

- El contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico (LCAT) en su artículo 11.1¹⁶:

Establece esta ley bases mínimas y comunes para proteger a los adquirentes, entre las que destacan el contenido mínimo, la información y el derecho de desistimiento.

- Los contratos a distancia recogidos en el artículo 98 TRLCU¹⁷:

En este tipo de contrato es el empresario quien debe de velar por aportar la información necesaria para el contrato, en la lengua utilizada para la propuesta del contrato y en términos claros y comprensibles respetando el principio de buena fe. También, deberá velar porque el consumidor conozca en el momento de contratar su obligación de pago, indicando en sus sitios webs los métodos de compra o pago.

Cuando el contrato se celebra vía electrónica, se entiende satisfecha la exigencia de documentación «*si el contrato se contiene en un soporte*

¹⁴ Contenido recogido en el art. 1 de la Ley 28/1998 de Venta a Plazos de Bienes Muebles (LVPBM).

¹⁵ Exposición de motivos de LVPBM, pág. 1.

¹⁶ «Los contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de producto vacacional de larga duración, de reventa o de intercambio, se formalizarán por escrito, en papel o en otro soporte duradero.»

¹⁷ «el empresario facilitara al consumidor (...) la información exigida. Siempre que dicha información se facilite en un soporte duradero deberá ser legible.»

*electrónico»*¹⁸. Esto únicamente se puede dar en aquellos contratos celebrados vía electrónica, como bien hemos dicho, pero en aquellos en los que la ley exige la documentación escrita.

- Los contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil, regulados por el artículo 99 TRLCU¹⁹:

Por ser un tipo de contrato tan especial como es (por su forma de incitar al consumidor a la contratación) se ha de facilitar toda la información necesaria en papel u otro soporte duradero, dando copia al consumidor contratante.

Consta con una especialidad, ya que en contratos de suministros de agua, gas, electricidad o calefacción, el consumidor puede exigir que el contrato se inicie en el plazo de desistimiento siempre y cuando haya hecho una solicitud expresa de ello.

- Y los contratos de viaje combinado, recogidos en el artículo 154.1 TRLCU²⁰:

Contratos que han de constar con las siguientes características en la oferta, siempre por escrito el destino o los destinos del viaje, períodos y fechas de estancia, las características de los medios de transportes a utilizar, las fechas, horas y lugares de salida y de regreso, alojamiento, número de personas exigido para viaje combinado, itinerario del viaje, visitas y excursiones dentro del viaje combinado, nombre y dirección del organizador, precio del viaje desglosado, los gastos de anulación, modalidades de pago del precio del viaje combinado, la obligación del consumidor de comunicar todo incumplimiento en la ejecución del contrato, el plazo de prescripción de las acciones y el plazo para la confirmación de sus reservas.

El incumplimiento de este requisito de forma escrita hace que el contrato sea considerado inválido (por ser contrario a derecho) y carezca de eficacia. A

¹⁸ Es el art. 23.3 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI), el que da las condiciones para la validez y eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica.

¹⁹ «el empresario facilitara al consumidor o usuario la información exigida (...) en papel, o en otro soporte duradero.»

²⁰ «el contrato de viaje combinado deberá formularse por escrito.»

pesar de que existen dos clases de invalidez, el hecho de que el requisito de forma no se cumpla, conlleva que los contratos sean considerados nulos de pleno derecho.

Las causas por las que un contrato pueden considerarse nulo son:

- Que exista ilicitud en la causa del contrato ²¹, es decir, cuando esta causa se oponga a la moral y a las leyes.
- Que en el contrato falte algún elemento esencial, es decir, la ausencia de consentimiento de las partes, objeto y causa del contrato.
- Y que este contrato vulnere normas imperativas ²² (siempre y cuando esta norma no haya visto una sanción distinta).

En el caso de la contratación con consumidores que exijan este formalismo escrito, nos acogemos a la causa de que vulneran normas imperativas, ya que las leyes que regulan estos contratos recogen que para la perfección de estos contratos exista tal formalidad.

Esta nulidad de pleno derecho, o nulidad absoluta, no está sometida a plazo alguno (puede ejercerse en cualquier momento y por cualquier interesado aunque no sea parte del contrato –como por ejemplo, un juez de oficio-).

A pesar de que esto es la regla general, hay un caso significativo en el que la sanción no es la nulidad. Se trata de aquellos contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil.

La función que tiene que el contrato se formalice por escrito es la de que el consumidor tenga conciencia acerca de lo firmado en el contrato y de que ha concertado un contrato.

²¹ Art 1275 CC: «los contratos sin causa, o con causa ilícita, no producen efecto alguno.»

²² Art 6.3 CC: «los actos contrarios a las normas imperativas y a las prohibitivas son nulos de pleno derecho.»

Con carácter general el art. 100 TRLCU sanciona el incumplimiento de la formalidad, es decir que aquellos contratos a lo que no se les haya facilitado copia del contrato o la confirmación de este, podrán ser anulados a instancia del consumidor.

Tal y como dice HELENA DIEZ GARCIA²³, más que una cuestión de forma, esa documentación exigida en copia se puede relacionar con el requisito de incluir en el contrato las condiciones generales de la contratación o de las cláusulas no negociadas individualmente.

Por lo tanto, según indica H. DIEZ, la falta de esa forma escrita en principio no deberá de afectar ni a la validez ni a la eficacia del contrato, ya que la documentación o *forma* que exige el art. se colma sucesivamente de la celebración del contrato²⁴, es decir, que se lleva a cabo una vez formalizado el contrato, por lo que puede considerarse que esa forma (entrega del documento por escrito) no constituye en sí mismo un requisito esencial del contrato.

Por lo tanto nos encontramos ante una peculiaridad, porque se puede dudar del carácter formal o solemne que le da el requisito de la forma escrita a estos contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil.

²³ H.DIEZ GARCIA “Contratos a distancia y contratos fuera del establecimiento mercantil. Comentario a la Directiva 2011/83 (Adaptado a la Ley 3/2014, de modificación del TRLCU)” DIAZ ALABART, Silvia (Dir.) VVAA, Scientia Iuridica, 2014.

²⁴ S. CAMARA LAPUENTE comentaba que el art. 63 TRLGDCU observaba que este precepto imponía al empresario un deber posterior al contrato. *Comentarios a...*, op. cit., pág. 562.

V. Formación del contrato.

a. La oferta y la aceptación.

Hemos visto en el punto anterior, que para que un contrato tenga validez se tienen que dar unos elementos esenciales, tales como el consentimiento de las partes, el objeto y la causa del contrato (Art. 1261 CC).

Pues bien, en este punto nos centraremos en el consentimiento de las partes participantes en el contrato.

Del consentimiento se habla en el art. 1262 del CC, el cual nombra a la oferta y a la aceptación como las formas de manifestación del consentimiento ²⁵, debiéndose esto al sistema contractual consensualista. Tal y como explica MARIANO ALONSO PEREZ, la oferta y la aceptación son elementos indispensables para engendrar el consentimiento, su hijo legítimo, nacido de la conyuga matrimonial.²⁶

Oferta contractual

Se considera oferta a la declaración de voluntad dirigida a un eventual cocontratante o al público en general, encaminada a lograr el establecimiento del acuerdo contractual.

Para que se pueda denominar oferta ha de cumplir dos requisitos:

- En un primer lugar que sea completa, es decir, que contenga todos los elementos del futuro contrato.
- Y en segundo lugar, que sea inequívoca, es decir, que se dé una auténtica voluntad de contratar, que no dé lugar a equivocación ni a varias interpretaciones.

La revocabilidad de la oferta provoca diferentes interpretaciones, pero tal y como admite MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, la opinión mayoritaria es la de

²⁵ Art. 1262 CC, párrafo primero: «El consentimiento se manifiesta por el concurso de la oferta y de la aceptación sobre la cosa y la causa que han de constituir el contrato.»

²⁶ E.M. MARTINEZ GALLEGU, *La formación del contrato a través de la oferta y la aceptación*, Prologo de M. ALONSO PEREZ, Marcial Pons, 2010, pág. 10.

admitir que la oferta puede ser revocada antes de su aceptación. Se puede revocar ya que nos encontramos en la fase previa al contrato y aún no se han generado las obligaciones que surgen en el momento de la aceptación.

El art. 1262 del CC, en su párrafo segundo dice que *«hallándose en lugares distintos el que hizo la oferta y el que la aceptó, hay consentimiento desde que el oferente conoce la aceptación o desde que, habiéndosela remitido el aceptante, no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe.»* lo que se puede interpretar como que el ofertante puede revocar la oferta después de que el aceptante haya comunicado su decisión de aceptar, siempre y cuando el oferente no haya conocido tal aceptación o no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe.

Una especialidad respecto a lo dispuesto en la teoría general del contrato, la encontramos en la contratación electrónica, ya que según lo dispuesto en el artículo 27.3 de la Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI), las ofertas serán válidas durante el periodo de tiempo fijado por el oferente, o en su defecto, durante el tiempo que sea accesible a los consumidores.

En la contratación con consumidores, es el art. 20.1 del TRLCU el que establece una información mínima que se ha de cumplir en la oferta de las prácticas comerciales, con el fin de posibilitar al consumidor o usuario a que tome una decisión sobre la contratación.

Esta información mínima deberá versar sobre la identificación del empresario (nombre, razón social y domicilio completo), las características esenciales del bien o servicio, el precio final completo (incluidos los impuestos), los procedimientos de pago, plazos de entrega y ejecución del contrato (y el sistema de reclamaciones) y por último, en el caso de que hubiera, el derecho de desistimiento.

Seguimos en la contratación con consumidores, y en los contratos de consumo se puede dar una publicidad previa a la contratación. Pues bien, esa publicidad

forma parte de la oferta por lo que los consumidores pueden exigir su cumplimiento como parte del contenido contractual.

Esta integración de la publicidad se regula en el art. 61.2 TRLCU, por lo tanto si esa publicidad no figura en el contenido del contrato celebrado será exigible y deberá tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato.

No obstante, si el contenido del contrato resulta ser más beneficioso porque las cláusulas contractual son más beneficiosas para el consumidor que el contenido de la publicidad, prevalece el contenido del contrato, tal y como recoge el art. 61.3 TRLCU.

Aceptación contractual

La aceptación es la segunda manifestación del consentimiento contractual.

Se define como la «declaración de voluntad que emite el destinatario de la oferta dando su conformidad a ella.»²⁷

Con esta declaración de voluntad se acepta el contenido de la oferta en su totalidad, dando la consecuencia de que se produce el concurso de voluntades de ambas partes contratantes y por lo cual, se perfecciona el contrato.

Esta aceptación puede darse de diferentes maneras:

- La aceptación expresa, que es la que se realiza con el propósito de dar a conocer al oferente la aceptación, dirigiéndose a tal por cualquier medio posible.²⁸
- La aceptación tácita que “*precisa que el aceptante realice actos que objetivamente signifiquen conformidad.*”²⁹

En el caso de que la aceptación no sea de todo el contenido del contrato, es decir, que el aceptante no se adhiera con una conformidad exacta a la oferta,

²⁷ L. DIAZ-PICAZO, *Sistema de Derecho civil, Volumen II.*, Madrid, Tecnos, 2014, pág. 71.

²⁸ E.M. MARTINEZ GALLEGO, *La formación...*, op. cit., pág. 76.

²⁹ E.M. MARTINEZ GALLEGO, *La formación...*, op. cit., pág. 77

nos encontraremos ante contraofertas o negociaciones previas a la celebración del contrato.

En el caso de la contraoferta, MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ³⁰, explica que nos encontramos en una nueva oferta, en la que el aceptante realiza una propuesta nueva a la inicial y la cual, el primitivo oferente puede aceptar o rechazar. Se intercambian los papeles, ya que el primitivo oferente se vuelve aceptante y el primitivo aceptante se vuelve oferente.

En la contratación con consumidores, pero vía electrónica, es el art. 28 LSSI (Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico) el que recoge la información que se deberá de proporcionar posteriormente a la celebración del contrato. En estos casos, es el oferente quien está obligado a confirmar la recepción de la aceptación, o bien a través de un acuse de recibo electrónico en un plazo de veinticuatro horas siguientes a la recepción, o bien, mediante la confirmación mediante un medio equivalente al medio en que se realizó la contratación.

³⁰ C.MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, *Curso de...*, op. cit., págs. 389-394.

b. El deber de información previa al consumidor.

El deber de información previa al consumidor es la manifestación del principio de buena fe en la fase precontractual en contratación con consumidores.

El fundamento jurídico del deber de información previa viene recogido en el art. 51.2 CE³¹, art. que tiene como fin la protección de los consumidores tal y como hemos dicho anteriormente en otro punto de este trabajo.

Pero también se protege a través de la normativa específica de los consumidores. En este caso, el deber de información previa ha sufrido una modificación de carácter legal, explicándose así en la exposición de motivos de la Ley 3/2014, ya que *«la nueva ley supone un reforzamiento de la información al consumidor y usuario, a través de la ampliación de los requisitos de información precontractual exigibles en los contratos con consumidores y usuarios.»*³²

El art. 60 del TRLCU es la norma general que lo regula (ya que luego cada contrato tiene una normativa específica). Se establece en este artículo la información precontractual que se debe de facilitar al consumidor (independientemente del tipo de contrato), y de los deberes de información previos de tales contratos.

Como recoge DE LA FUENTE NUÑEZ DE CASTRO³³ el trasfondo de la utilización de estas técnicas trata de revelar un desequilibrio entre las partes contractuales y sus posiciones, que intentan paliarse a través de la información precontractual que el consumidor ha de recibir.

³¹ Art 51.2 CE *«Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.»* Es decir, se intenta proteger al consumidor ante la dificultad de conseguir esa información por estar en una situación de desigualdad frente al empresario.

³² Exposición de motivos de la Ley 3/2014 de 27 de Marzo, por la que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

³³ M. S. DE LA FUENTE NÚÑEZ DE CASTRO, "La formalización del proceso contractual en la compraventa directa y en la compraventa a distancia tras la reforma operada por la Lea 3/2014, de 27 de marzo, por lo que se modifica el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes", 2014, p. 7.

Es el art. 60 del TRLCU en su primer apartado, el que recoge que la información previa al contrato ha de proporcionarse “de forma clara y comprensible”; la información previa deberá versar sobre “las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas.”

En el segundo párrafo se desarrolla la obligación de suministrar información previa relativa:

- Las características principales de los bienes y servicios.
- La identificación del empresario.
- El precio final completo (incluidos impuestos y tasas). En el caso de que el precio no se pudiera saber con exactitud por la naturaleza se indicara un presupuesto relativo
- Procedimiento de entrega, plazo de la fecha de entrega y ejecución del contrato.
- La garantía legal de conformidad.
- La existencia, en el caso de que haya del derecho de desistimiento del consumidor, con su plazo y forma de ejercicio.
- La duración del contrato.
- Las garantías postventa.
- La funcionalidad de los contenidos digitales.
- Toda interoperabilidad relevante del contenido digital con los aparatos y programas
- Y los procedimientos para atender las reclamaciones de los consumidores.

En el caso de que el deber de información previa no se cumpla, no hay una sanción específica, pero ante la ausencia de este deber, la sanción, en su caso, podría reconducirse a los vicios del consentimiento de la Teoría General del Contrato, teniendo la condición el contrato de contrato celebrado con vicios del consentimiento.

Estos vicios del consentimiento son los recogidos dentro de la Teoría General del Contrato, regulado en el CC; los vicios en los que podría englobarse son:

- Se considera error al falso conocimiento de la realidad que produce la prestación del consentimiento contractual equivoco. Según el art. 1266 CC, para que se considere error han de darse dos requisitos:

- Ha de ser grave y sustancial.³⁴
- Ha de ser excusable para la parte que lo sufre. Esta excusabilidad es una aplicación del principio de buena fe, y lo que quiere decir es que el error no ha de ser evitable con la utilización de una diligencia normal.³⁵

- Es dolo no es más que la actuación mal intencionada en la que se produce engaño hacia la otra parte del contrato. Según el art. 1269 CC «*Hay dolo cuando, con palabras o maquinaciones insidiosas de parte de uno de los contratantes, es inducido el otro a celebrar un contrato que, sin ellas, no hubiera hecho*», pero siempre por falta de información (por acción u omisión).

Al igual que en el error se han de dar unos requisitos para que tenga la consideración de dolo como vicio del consentimiento, recogidos en el art. 1270 CC:

- Deberá de ser grave (por recaer en aspectos esenciales del contrato).
- No haber sido empleado por las dos partes contratantes.

El dolo y el error están muy relacionados, ya que el dolo conlleva error y viceversa, pero se configuran como distintos vicios del consentimiento porque se puede dar la posibilidad de que no exista error (porque el error es inexcusable) pero que el contrato se impugne igualmente porque se da la existencia de dolo.

³⁴ Art. 1266 CC: «*Para que el error invalide el consentimiento, deberá recaer sobre la sustancia de la cosa que fuere objeto del contrato, o sobre aquellas condiciones de la misma que principalmente hubiesen dado motivo a celebrarlo.*»

³⁵ Art. 1266 CC: «*El simple error de cuenta sólo dará lugar a su corrección.*»

Tal y como recoge el art. 1265 CC, « será nulo el consentimiento prestado por error, violencia, intimidación o dolo», por lo tanto, el hecho de que el contrato se celebre con vicios del consentimiento produce que el contrato sea anulable a instancia de la parte que los ha sufrido.³⁶

Pero cuando se produce dolo o engaño por parte de un tercero ajeno al contrato no se puede pedir la anulación del contrato porque al provenir de un tercero no tiene la consideración de dolo, únicamente se podría pedir en este caso un supuesto de responsabilidad civil extracontractual (Art. 1902 CC).

³⁶ Art. 1301 CC: «La acción de nulidad sólo durará cuatro años. Este tiempo empezará a correr (...) en los casos de error, o dolo, o falsedad de la causa, desde la consumación del contrato.»

VI. Contenido del contrato celebrado con consumidores.

a) El control de incorporación de las cláusulas no negociadas.

El término de condiciones generales de la contratación se recoge en la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación como aquellas *«cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes (...) habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos»*.³⁷

Las cláusulas no negociadas se dan normalmente en contratos en masa, definiéndose estos contratos como aquellos con condiciones generales de la contratación redactadas antes de la contratación, con el fin de que estas cláusulas se puedan utilizar en una pluralidad de contratos.

Estas condiciones generales, que son iguales para todos, se redactan por una de las partes, normalmente el empresario (o predisponente también llamado) y se aplican a la otra parte del contrato (llamado adherente), que se pueden dar en contratos con *«cualquier persona física o jurídica»*,³⁸. A pesar de lo dispuesto, en este caso nos centraremos en los contratos celebrados con consumidores.

Pero también, se dan en los contratos de adhesión, aquellos contratos en los que una de las partes se adhiere al contenido que presenta la otra parte contratante, habiendo desigualdad entre las partes contratantes.

Según se recoge en la LCGC, «La diferencia entre cláusulas no negociadas y condiciones generales de la contratación es que las condiciones generales de la contratación son cláusulas contractuales, predispuestas, impuestas y redactadas de tal manera que tienen la finalidad de incorporarse a una pluralidad de contratos (Art. 1 LCGC) y las cláusulas no negociadas son aquellas cláusulas contractuales, predispuestas e impuestas pero que

³⁷ Artículo 1.1 Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (LCGC)

³⁸ Artículo 2.1 Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (LCGC)

únicamente se dan en un contrato en particular³⁹, y no en una pluralidad como las condiciones generales.

El régimen jurídico que se aplica a estas condiciones generales de la contratación es:

- Por un lado la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (LCGC) y las disposiciones que la desarrollan como fuentes legales de carácter general.
- Por el otro, el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios (TRLUCU), fuente que regula la aplicación de estas condiciones con los consumidores.

Llegando más al fondo en la interpretación del art. 1.1 de la LCGC, nos encontramos con tres características que se tienen que dar para que una cláusula contractual tenga la consideración de condición general, que son:

- Que sea una cláusula predispuesta por una de las partes, es decir, que se dé la característica de la predisposición.
- Que sea impuesta por una de las partes a la otra parte contratante, que está en situación de inferioridad por carecer de poder de negociación, es decir, que se dé imposición.
- Y por último que esté redactada de tal forma para que pueda ser incorporada a una pluralidad de contratos, es decir, que tenga generalidad.

Aunque con esta característica se da una excepción, ya que si se dan las otras dos pero no esta estaremos ante contratos de adhesión; contratos de adhesión que siguen teniendo la consideración de tal, pero sin condiciones generales de la contratación ya que se aplican a un solo adherente.

³⁹ J.PAGADOR LOPEZ, *Condiciones generales y cláusulas contractuales predispuestas. La Ley de Condiciones Generales de la Contratación de 1998*, Marcial Pons, Madrid, 1999, pág. 327.

La propia ley de Condiciones Generales de la Contratación regula el “control de incorporación” en sus arts. del 5 a 7 LCGC, junto al art. 80.1 TRLCU. Para que una condición general pueda ser una cláusula contractual tiene que pasarle, con el fin de garantizar que el contenido se redacte de forma clara y transparente y de que el adherente tenga conocimiento del mismo (o posibilidad de conocerlo).

Entre los artículos de la LCGC mencionados antes, primero se establecen unos requisitos genéricos que, sin los cuales las condiciones generales no se incorporaran al contrato (art. 5 LCGC) pero también se recoge la no incorporación de estas condiciones y las condiciones de las mismas (art. 7 LCGC). Entre medias de estos dos artículos, la Ley habla de las reglas de interpretación (art. 6 LCGC).

Es el art. 80 del TRLCU el que recoge los requisitos que han de cumplir las cláusulas no negociadas en la contratación con consumidores, requisitos que explicamos a continuación:

- Accesibilidad y legibilidad, permitiendo al consumidor tener conocimiento previo, es decir, cognoscibilidad. (Art. 80.1 b) TRLCU)

El deber de tener conocimiento previo de la existencia del contrato y de su contenido obliga a la entrega de una copia o documento acreditativo de tal.

En el caso de contratos celebrados por escrito, el apartado a) del primer punto del art. 80, reconoce que es necesaria una aportación previa a la celebración de las cláusulas no negociadas, con el fin de que el consumidor que se va a adherir al contrato las acepte.⁴⁰

En los contratos que no se realicen por escrito sino verbalmente, resulta paradójico que se exija este requisito cuando no se han formalizado por escrito,

⁴⁰ Art. 5.1 LCGC: « Las condiciones generales pasarán a formar parte del contrato cuando se acepte por el adherente su incorporación al mismo y sea firmado por todos los contratantes. Todo contrato deberá hacer referencia a las condiciones generales incorporadas. No podrá entenderse que ha habido aceptación de la incorporación de las condiciones generales al contrato cuando el predisponente no haya informado expresamente al adherente acerca de su existencia y no le haya facilitado un ejemplar de las mismas.»

pero en cualquier caso, el consumidor tiene que tener la posibilidad de acceder al contenido.

Según F. PERTIÑEZ VILCHEZ, «*el requisito de la accesibilidad en las cláusulas no negociadas individualmente en los contratos que no se formalicen por escrito debe satisfacerse por otros medios distintos de la entrega material del documento (...) y de la firma*».⁴¹ Estos medios los recoge el art. 5.3 LCGC:

- Por un lado, el predisponente (o empresario) deberá de anunciar las condiciones generales en un lugar visible dentro del lugar del negocio, o en el recibo/ticket que se entrega al consumidor por el pago del precio.
 - Por otro garantizar la "posibilidad efectiva de conocer" la existencia del contrato y contenido de las condiciones en el momento de celebración del contrato.
-
- Concreción, claridad y sencillez (con posibilidad de comprensión directa), en otras palabras, que las condiciones generales de la contratación sean comprensibles porque se han redactado de forma clara, concreta y sencilla (Art. 80.1 a) y 5.5 LCGC)

Además del apartado a) que impide el reenvío de textos o documentos que no faciliten previamente, el apartado b) recoge la legibilidad de las cláusulas, estableciendo el tamaño y el tipo de la letra en las que estas han de estar escritas.⁴²

Si ambos requisitos no se cumplieran esto impide que las condiciones generales no puedan incorporarse al contrato por considerarlas nulo de pleno derecho.⁴³

⁴¹ F. PERTIÑEZ VILCHEZ, *Comentarios de las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RD 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, 2011, pág. 701.

⁴² Art. 80.1 b): «*En ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura.*»

⁴³ Art. 7 LCGC: «*No quedarán incorporadas al contrato las siguientes condiciones generales:*
a) *Las que el adherente no haya tenido oportunidad real de conocer de manera completa al tiempo de la celebración del contrato o cuando no hayan sido firmadas, cuando sea necesario, en los términos resultantes del art. 5.*

Tal y como afirma F.PERTINEZ VILCHEZ, los distintos requisitos del artículo 80.1 a) TRLCU no son más que manifestaciones del concepto de la transparencia, deber que surge como correlato de la facultad de predisposición del contenido contractual reconocido al empresario, mencionando que la buena fe impone al empresario un deber de hablar claro.⁴⁴

b) Las que sean ilegibles, ambiguas, oscuras e incomprensibles, salvo, en cuanto a estas últimas, que hubieren sido expresamente aceptadas por escrito por el adherente y se ajusten a la normativa específica que discipline en su ámbito la necesaria transparencia de las cláusulas contenidas en el contrato.»

⁴⁴ F. PERTÍÑEZ VILCHEZ, *Comentarios de las Normas...*, op.cit., pág. 697.

b) El control de contenido: las cláusulas abusivas.

El concepto de cláusula abusiva surge en la Directiva Comunitaria 93/13. Es esta Directiva la que obliga a denominarlas así, ya que esta Directiva se desarrolla con la finalidad única de proteger al consumidor. A partir de este momento se desarrolla la regulación de estas cláusulas, como argumenta MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, a fin de establecer un régimen de protección específico y más intenso cuando el adherente es consumidor.⁴⁵

En los contratos de consumo, las condiciones generales de la contratación han de pasar el «control de contenido», control que afecta a las cláusulas no negociadas en contratos con consumidores y que tiene el fin de analizar el contenido la cláusula contractual, porque esta puede ser abusiva.

Desde el punto de vista jurídico, las cláusulas abusivas solo pueden darse en contratos con consumidores y se regulan en el TRLCU del art. 80 al art. 90.

El concepto de cláusula abusiva lo da el art. 82 en su primer punto, considerando cláusulas a «*todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquéllas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato*», en otras palabras, son aquellas cláusulas que no habiéndose negociado y en contra de la buena fe (ya que no se llevan a cabo de forma leal y honesta desde el punto de vista objetivo), causan un desequilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes contratantes, que normalmente recae sobre el consumidor ya que es el que está en una situación inferior y es el que resulta perjudicado.

Además el carácter abusivo de la cláusula, se apreciará en base a las circunstancias del caso concreto (Art. 82.3 TRLCU).

No se trata de una lista cerrada de cláusulas abusivas, ya que cabe la posibilidad de que la cláusula abusiva sea una condición general de la contratación, pero también se puede dar el caso de que puede no ser una

⁴⁵ C. MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, *Curso de...*, op. cit., pág. 431.

condición general y en ese caso serán cláusulas no negociadas. En cualquier caso, el TRLCU recoge en sus arts. 85 a 90, una lista con carácter exhaustivo, tal y como recoge el art. 82.4 TRLCU.⁴⁶

Para poder considerar si una cláusula es abusiva, nos encontramos ante un «control de contenido», control que se da en contratos con consumidores únicamente, igual que las cláusulas abusivas. Este control es algo como el paso siguiente que han de dar las cláusulas incluidas en los contratos, paso posterior al control de incorporación que han pasado previamente.

Este control de contenido es un control de legalidad, que lo que quiere es comprobar la validez de las cláusulas respecto a otras normas específicas. En el caso de que el resultado del control sea negativo, es cuando se le otorga a la cláusula la calidad de abusiva, cláusula que en un primer momento y antes de pasar el control, es una cláusula predispuesta o general.⁴⁷

La explicación de por qué se aplica este control de contenido en contratos con consumidores y no en otros es porque a los contratos que se enfrentan en la gran mayoría de los casos los consumidores, son contratos en masa o de adhesión, en los que la voluntad del consumidor no ha influido a la hora de desarrollar el contenido (no ha tenido legitimidad). Las cláusulas y las condiciones generales son sometidas a este control porque, tal y como dice J. M. MIQUEL GONZALEZ en *Comentarios a las normas de protección de*

⁴⁶ «En todo caso son abusivas las cláusulas que, conforme a lo dispuesto en los artículos 85 a 90, ambos inclusive:

- a) vinculen el contrato a la voluntad del empresario
- b) limiten los derechos del consumidor y usuario
- c) determinen la falta de reciprocidad en el contrato
- d) impongan al consumidor y usuario garantías desproporcionadas o le impongan indebidamente la carga de la prueba
- e) resulten desproporcionadas en relación con el perfeccionamiento y ejecución del contrato o
- f) contravengan las reglas sobre competencia y derecho aplicable.»

⁴⁷ «La renuncia a contratar no puede ser una alternativa aceptable, porque desde el punto de vista de protección de la libertad individual el Ordenamiento jurídico debe garantizar el desenvolvimiento de una actividad contractual en condiciones adecuadas, y porque la sociedad de consumo no puede admitir la renuncia a contratar sea una opción generalizada.» J. M. MIQUEL GONZALEZ, *Comentarios a...*, op. cit., pág. 716.

consumidores, el procedimiento por el que se establecen no legitima su contenido, es decir, no merece el mismo tratamiento que las normas contractuales acordadas.

La inserción en un contrato de estas cláusulas consideradas abusivas, da lugar a que estas cláusulas sean nulas de pleno derecho y se tengan por no puestas, es decir se da una nulidad parcial del contrato (Art. 83 TRLCU). Nulidad parcial porque el contrato puede subsistir a pesar de que estas cláusulas se eliminen del mismo.

Pero cabe la posibilidad de que haya tantas cláusulas abusivas en el contrato, y que con la nulidad parcial de esas cláusulas el contrato no pueda subsistir, por lo tanto el contrato sería nulo en su totalidad (Art. 83 TRLCU).⁴⁸

⁴⁸ Tal y como explica J. M. MIQUEL GONZALEZ, son los Tribunales quienes tiene la última palabra en cuanto a la declaración de nulidad de la cláusula, pero la nulidad puede existir independientemente de la sentencia: al tratarse de una nulidad de pleno derecho se da esta situación. *Comentarios a...*, op. cit., pág. 719.

VII. Eficacia normativa del contrato: el derecho de desistimiento del consumidor.

En el ámbito de la contratación con consumidores, en determinados contratos, se introduce el derecho de desistimiento, derecho que únicamente se da en la contratación con consumidores y que es contrario a la Teoría General del Contrato.

Contrario a la Teoría General por la eficacia normativa que tienen los contratos, es decir, los contratos una vez firmados tienen fuerza de ley creando obligaciones entre las partes firmantes que deben de ser cumplidas ⁴⁹, basándose en el principio *pacta sunt servanda* (los pactos han de ser cumplidos).

El hecho de que los contratos firmados creen obligaciones tiene como consecuencia que, tal y como recoge el art. 1256 del CC, la validez y el cumplimiento del contrato no puede dejarse al árbitro solo de una de las partes, es decir que la eficacia del contrato no la puede decidir unilateralmente una de las partes, sino que solo cabe la posibilidad de que ambas partes, voluntariamente y por consenso, acuerden dejar sin efecto al contrato.

Según A. DOMINGUEZ LUELMO el derecho que se regula en el TRLCU poco tiene que ver con el que se contempla en la Teoría General del Contrato, ya que este derecho responde a la necesidad de proteger de una manera especial a una de las dos partes del contrato, al consumidor, siendo este el único que puede llevarle a cabo, permitiéndole extinguir libremente una situación jurídica preexistente. ⁵⁰

Este derecho es, el que se le da al consumidor para dejar sin efecto el contrato sin alegar causa, ni ningún tipo de penalización, por el simple hecho de que se ha arrepentido, en otras palabras, sirve para dejar sin efecto a un contrato que

⁴⁹ Art. 1091 CC: «Las obligaciones que nacen de los contratos tienen fuerza de ley entre las partes contratantes, y deben cumplirse a tenor de los mismos.»

⁵⁰ A. DOMINGUEZ LUELMO, *Comentarios a las Normas...*, op. cit., pág. 616.

ya se ha celebrado. Este desistimiento se ha de notificar a la otra parte en un plazo previamente establecido.⁵¹

El fundamento de este derecho de desistimiento es la protección de los consumidores ante determinadas técnicas agresivas de contratación, en las que se utilizan métodos de publicidad o marketing que pueden llevar al consumidor a aceptar el contrato de manera precipitada, explicado de manera más coloquial, en los casos en los que el consumidor ha aceptado contratar directamente sin pensárselo más.

Hay normas que tienen un régimen jurídico específico para cada tipo de contrato con consumidores que recoge este derecho de desistimiento, pero de forma subsidiaria, cuando hay vacíos o lagunas legales, estos contratos se pasan a regir por lo dispuesto en los arts. 68 a 79 del TRLCU.

A estos arts. del TRLCU es lo que se llama «régimen común del derecho de desistimiento». Este régimen común trata sobre:

- El art. 69 regula que, es el empresario el que tiene la obligación de informar al consumidor sobre este derecho de desistimiento. Esta información se deberá de dar por escrito en el documento contractual⁵². Además, deberá entregarle un documento de desistimiento en el que incluya, entre otras cosas, datos y dirección de la persona a quien debe enviarse en el caso de ejercerle y los datos de identificación del contrato.
- Este derecho puede ejercerse de cualquier forma admitida en derecho, ya que no está sujeto a formalidad alguna.⁵³
- Como anteriormente hemos dicho, este derecho está sujeto a un plazo determinado. Pues bien, el art. 71, en sus puntos uno y dos del TRLCU, regula que el plazo del ejercicio tendrá un mínimo de catorce días naturales,

⁵¹ Artículo 68.1 TRLCU.

⁵² Art. 69.1 TRLCU: «*el empresario contratante deberá informarle por escrito en el documento contractual, de manera clara, comprensible y precisa, del derecho de desistir del contrato y de los requisitos y consecuencias de su ejercicio, incluidas las modalidades de restitución del bien o servicio Recibido.*»

⁵³ Según el art. 70 TRLCU se considera «*válidamente ejercitado mediante el envío del documento de desistimiento o mediante la devolución de los productos recibidos.*»

computándose este plazo desde la recepción del producto o del bien objeto, o desde la celebración del contrato.⁵⁴

Esto es en el caso de que el empresario haya informado al consumidor o usuario de su derecho de desistimiento. Si el empresario no lo hubiera hecho, el plazo de ejercicio se amplía hasta los doce meses después de la expiración del plazo inicial, a contar este plazo desde la recepción del producto o del bien objeto, o desde la celebración del contrato.

En el caso de que en estos doce meses el consumidor es informado de su derecho, este contará con catorce días para desistir, a contar desde el momento de la comunicación.⁵⁵

- Además, es el consumidor quien debe de probar que ha ejercido el derecho a desistir (Art. 72 TRLCU), y el ejercicio de este derecho no implicará gasto alguno al consumidor (Art 73 TRLCU) por el mero hecho de que el derecho de desistimiento es gratuito para el consumidor que lo tenga reconocido.

- Respecto a las consecuencias, el ejercicio del derecho dará lugar a que las dos partes contratantes se «*restituían recíprocamente las prestaciones*»⁵⁶, es decir, tienen que devolver tanto lo comprado como lo pagado.

- Este régimen común se aplicara además, en todos los casos en los que «*a falta de previsiones específicas en la oferta, promoción, publicidad o en el propio contrato el derecho de desistimiento*».⁵⁷

⁵⁴ Según A. DOMINGUEZ LUELMO siempre que se trata del cómputo de plazos, es necesario fijar con exactitud tanto el momento inicial como el momento final, pero en el derecho de desistimiento, es preciso distinguir tres momentos: momento en el que nace el derecho, el hecho jurídico que sirve para marcar el inicio del cómputo y el día inicial del cómputo. Tanto el número 2 como el número 3 del art. 71 coinciden en que el hecho jurídico relevante que marca el inicio es «*la recepción del bien objeto del contrato o desde la celebración de éste.*» *Comentarios a las Normas...*, op. cit., pág. 642.

⁵⁵ Art. 71.3 TRLCU.

⁵⁶ Art. 74.1 TRLCU. La restitución se hace conforme a los artículos 1303 y 1308 del CC. En consecuencia con la restitución de las prestaciones, el segundo punto del artículo regula que el trabajador en ningún momento está obligado a rembolsar cantidad alguna por la disminución del valor del objeto del contrato.

⁵⁷ Art. 79 párrafo primero TRLCU.

En la aplicación de este derecho de desistimiento, nos encontramos ante dos supuestos diferentes:

- En supuestos en los que se da el reconocimiento contractual del derecho de desistimiento por parte del empresario (Art. 68.1 y 2 TRLCU)

Son contratos que sin que lo regulen las normas, el empresario por su propia voluntad, concede al consumidor la facultad de dejar sin efecto al contrato.

- Y en aquellos contratos que se regulan específicamente en las normas, es decir, “supuestos legalmente previstos”. Estos supuestos los explicamos a continuación:

- o Contratos a distancia y contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil: estos contratos contienen una regulación muy detallada que procede de la reforma del 2104 (Ley 3/2014) y se recoge en los arts. 102 a 108 del TRLCU.

En este tipo de contratos, hay algunos que por su naturaleza carecen de tal derecho (Art. 103 TRLCU). En los que si se recoge este derecho, el empresario puede exigir al consumidor que corra con el coste directo de la devolución (Art. 108.1 TRLCU)

- o Contratos de venta a plazos de bienes muebles: afecta tanto a contratos celebrados entre empresario y consumidor como a contratos celebrados entre empresarios. Este supuesto se regula en su propia norma, LVPBM.

En estos contratos el plazo para ejercer el derecho de desistimiento se reduce a siete días hábiles, de los catorce que reconoce el TRLCU. (Art. 9.1 LVPBM).

- o Contratos de aprovechamiento de turno de bienes inmuebles de uso turístico: regulado también en su propia normativa, en el art. 10 LCAT.
- o Contratos de comercialización a distancia de servicios financieros destinados a consumidores: contrato regulado también en su propia

normativa, en sus arts. 10 y 11 de la Ley de Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores (LCDSF).

El consumidor está obligado a pagar los servicios que se le hayan prestado antes del ejercicio del derecho, pago que no deberá de ser equivalente a ninguna penalización (Art 11.1 LCDSF).

En el caso de contratos de seguro de vida, el derecho de desistimiento se amplía a treinta días a contar desde la celebración del contrato.

VIII. Conclusiones.

Una vez estudiado el tema del trabajo a fondo, es obvio que se sacan unas conclusiones, al estudiar el caso de la aplicación de la Teoría General de Contratos y del derecho de consumo. Estas conclusiones se pueden resumir en las siguientes:

- Es lógico que el derecho de consumo y la protección de consumidores, además de tener un fundamento comunitario (directivas emanadas de la Unión Europea) y uno interno (todas las normas surgidas del Estado para la protección de consumidores) tenga que tener un fundamento constitucional, como el recogido en el art. 9.2 de nuestra Constitución⁵⁸, porque no hay que olvidar que aunque se utilice el termino de consumidores, nos estamos refiriendo en todo momento a ciudadanos.

- Está claro que el Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios surge por la inseguridad jurídica que había al coexistir multitud de normas que dan lugar a dudas. En este Texto Refundido se incluye la regulación de todas las normas derogadas anteriormente, además de incluir novedades en la defensa de protección de consumidores.

Además, el actual Texto en materia de protección de consumidores es una modificación y ampliación del RDL 1/2007, norma que sigue vigente. En ella, entre otras cosas, se añaden novedades modificativas a lo anteriormente dispuesto que se ajustan a las necesidades normativas, como es por ejemplo, la transposición de la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores.

⁵⁸ Art 9.2 CE: «Corresponde a los poderes públicos (...) remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.»

- Le Teoría General del Contrato no recoge el requisito de una forma contractual concreta, ya que da libertad de forma salvo en contratos solemnes o formales. En este sentido el derecho de consumo mejora lo recogido en la Teoría General, estableciendo ciertos tipos de contratos con consumidores que se pueden considerar “formales” ya que el requisito de forma escrita si es obligatoria. Este formalismo surgió con el fin de beneficiar a los consumidores y, en mi opinión, eso hace, dar la oportunidad de conocer el contenido del contrato que el consumidor está firmando, y que de otra manera, y en ciertos tipos de contratos (contratos a distancia, o fuera de establecimiento mercantil, por ejemplo) no sería capaz de conocerle en su totalidad por no contar con estas facilidades.

- En relación con este formalismo nos encontramos con el deber de información previa por parte del empresario o de la otra parte contractual. Este es otro mecanismo que da más facilidades al consumidor para que pueda conocer el contenido del contrato, en este caso, antes de realizarle o aceptarle.

- En cuanto a la oferta en la formación del contrato, en su mayoría se sigue aplicando lo recogido en la Teoría General de Contratos, aunque encontramos ciertas especialidades en la contratación con consumidores. Por un lado está la integración de la publicidad en el contenido del contrato, punto muy relevante e importante, porque por los métodos de marketing utilizados se pueden dar casos de publicidad engañosa con el fin único de que los consumidores contraten, siendo indiferente para la otra parte del contrato que estos resulten beneficiados o perjudicados con esa contratación.

Por otro lado, y en relación con el deber de información previa, está la oferta contractual, que según recoge el art. 20.1 TRLCU, esta debe contar con información necesaria que el consumidor debe de conocer, porque sin ella no puede tener seguridad en el momento de la contratación.

- En los contratos en masa o en contratos de adhesión, es el aceptante el que se adhiere a las condiciones previamente establecidas en las que él no ha tenido legitimidad, por lo que puede que haya cláusulas no negociadas que el aceptante no quiere que formen parte de su contrato, por lo que estas han de

pasar un llamado control de contenido, control que establece los requisitos que han de cumplir estas para que puedan llegar a considerarse cláusulas contractuales.

Pues bien, en la contratación con consumidores hay un segundo control de esas cláusulas, llamado control de contenido, que lo que busca es que estas cláusulas no sean abusivas (termino que jurídicamente solo existe en este derecho de consumidores).

En conclusión, respecto al contenido del contrato, a los consumidores se les da una doble protección, una recogida en la Teoría General, y otra especial del derecho de consumo, con el único fin de protegerles.

- También, a los consumidores se les reconoce el derecho de desistimiento, derecho contrario totalmente a la Teoría General, ya que con este derecho el consumidor puede dejar sin efectos al contrato, sin justificación ni penalización alguna, siendo contrario por la eficacia normativa de los contratos (una vez firmados crean obligaciones para ambas partes que han de cumplir, y este derecho le da a una parte la posibilidad de no cumplir con esas obligaciones a pesar de que este contrato haya sido firmado).

Personalmente este reconocimiento del derecho en contratación con consumidores me parece un acierto, ya que en muchos casos el consumidor es ajeno y este desistimiento le reconoce derechos que le son propios como contratante.

Con lo que no estoy de acuerdo es que en ciertos contratos con consumidores (contratos a distancia y fuera de establecimiento mercantil) en los que estos corren con los costes del derecho de desistimiento (estos costes son los cargos directos de la devolución de los bienes, consecuencia del ejercicio de

desistimiento.⁵⁹), costes con los que se corren solo si el empresario lo decide (o porque así lo dice la norma que regula contrato específico).

En resumen, aunque la contratación de consumidores sea una especialidad del derecho se tiene que aplicar la Teoría General del Contrato para que tengan la denominación de contratos (consentimiento –oferta y aceptación-, objeto y causa), ya que los contratos de consumo son contratos como cualquier otro.

Se recogen especialidades, como son el control de contenido y el derecho del desistimiento, que son propias del derecho de consumo, que hacen que la Teoría General se modifique cuando se aplican estos casos, pero siempre con el fin de proteger al consumidor.

⁵⁹A pesar de que hay ciertos contratos en los que el consumidor corre con los costes del derecho de desistimiento, el art. 108 TRLCU recoge en su punto cuarto cuando el consumidor no asumirá ningún coste:

«a) En la prestación de los servicios o el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas– o de calefacción mediante sistemas urbanos, de forma total o parcial, durante el período de desistimiento, cuando:

1.º El empresario no haya facilitado información con arreglo al art. 97.1.i) o k); o bien

2.º El consumidor y usuario no haya solicitado expresamente que la prestación del servicio se inicie durante el plazo de desistimiento con arreglo al art. 98.8 y al art. 99.3; o bien

b) En el suministro, en su totalidad o en parte, de contenido digital que no se preste en un soporte material, cuando:

1.º El consumidor y usuario no haya dado expresamente su consentimiento previo a la ejecución antes de que finalice el periodo de 14 días naturales contemplado en el art. 102.

2.º El consumidor y usuario no es consciente de que renuncia a su derecho de desistimiento al dar su consentimiento; o bien

3.º El empresario no haya dado la confirmación con arreglo al art. 98.7 o al art. 99.2.»

IX. Bibliografía

CAMARA LAPUENTE, Sergio (Director), VVAA, *Comentarios de las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RD 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, 2011.

CORCHERO, Miguel y GRANDE MURILLO, Ana, *La protección de los Consumidores*, Prologo FERNANDEZ VARA, Guillermo, 2007, Aranzadi.

DE CALI, Santiago “La protección de los consumidores en la Unión Europea: ¿Mito o realidad?”, *Criterio Juridico*, V6., 2006.

DE LA FUENTE DE CASTRO, María Soledad, “La formalización del proceso contractual en la compraventa directa y en la compraventa a distancia tras la reforma operada por la Ley 3/2014, de 27 de Marzo, por la que se modifica el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. “ *Boletín del Ministerio de Justicia*, Estudio doctrinal, Junio 2014.

DIAZ ALABART, Silvia (Dir.) VVAA, “Contratos a distancia y contratos fuera del establecimiento mercantil. Comentario a la Directiva 2011/83 (Adaptado a la Ley 3/2014, de modificación del TRLCU)”, *Scientia Iuridica*, 2014.

DIEZ-PICAZO, Luis y GULLON, Antonio, *Sistema de Derecho civil, Volumen II, teoría general del contrato, la relación obligatoria en general, las relaciones obligatorias en particular*, Madrid, Tecnos, 2014.

KLEIN, Michele, *El desistimiento unilateral del contrato*, Civitas, 1997.

MARTINEZ DE AGUIRRE ALDAZ, Carlos (Coord.) VVAA, *Curso de Derecho civil, Volumen II, Derecho de Obligaciones*, Madrid, Colex, 2014.

MARTINEZ GALLEGO, Eva María, *La formación del contrato a través de la oferta y la aceptación*, Marcial Pons, 2000.

PAGADOR LOPEZ, Javier, *Condiciones generales y cláusulas contractuales predispuestas. La Ley de Condiciones Generales de la Contratación de 1998*, Marcial Pons, Madrid, 1999.

Legislación consultada

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Texto consolidado, Última modificación: 28 de Marzo de 2014.

- Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil.
Texto consolidado, Última modificación: 14 de noviembre de 2012.

- Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

- Directiva 98/27/CE del parlamento europeo y del consejo de 19 de mayo de 1998 relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores.

- Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Ley 28/1998, de 13 de julio, de Venta a Plazos de Bienes Muebles.
- Ley 16/2011, de 24 de junio, de Contratos de Crédito al Consumo.
- Ley 4/2012 de 6 de julio, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio y normas tributarias.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Ley 22/2007, de 11 de julio, de comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores (LCDSF).