

O



TITULARES:



Las ventas realizadas fuera de establecimientos mercantiles.



Academias, centros de enseñanza y formación y cursos por correspondencia.



Compras On Line

M

Las ventas a distancia

I

LAS VENTAS REALIZADAS FUERA DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES.



Introducción

La venta realizada fuera del establecimiento de un empresario es bastante usual y existen numerosos ejemplos de ella (el comerciante que llama a nuestra puerta para ofrecernos una enciclopedia, las reuniones en casa para conocer productos de belleza ofrecidos por el representante de una empresa,

las ventas realizadas en un transporte público, etc.).

Todos estos casos tienen características comunes: el comprador ha de expresar su voluntad en presencia de un profesional de la venta, bajo su presión y con sus técnicas de venta agresivas. Además, en estos casos el consumidor no tiene oportunidad de comparar lo que se le ofrece con otros precios y calidades.

En último lugar hay que señalar que se han dado situaciones de fraude en un colectivo, el de la tercera edad, con ocasión de la organización de excursiones o viajes cuya finalidad era la de vender productos muy caros o con

C



propiedades falsamente curativas.



Problemas más usuales

El principal problema que se plantea es la falta de información al usuario por no recibir un contrato escrito donde consten todos los derechos y obligaciones de las partes. Esa falta de información hace que el comprador adquiera productos que luego no puede devolver y



que asuma obligaciones de pago que no puede afrontar.

En segundo lugar, el comprador suele comprar el producto movido por la técnica agresiva del vendedor y sujeto a cierta presión. Por lo tanto, cuando el usuario



recibe el producto y analiza sosegadamente su compra puede que decida devolverla porque no responde a sus necesidades o porque existan en el mercado otros productos más baratos o mejores.

Otro problema es la forma de pago. Para pagar el producto el comprador puede solicitar un préstamo al vendedor, pero también a un tercero ajeno a la operación. Si al final ésta no se lleva a cabo, ¿qué ocurre con ese

préstamo concedido por un empresario distinto al que hizo la venta?



Vías de Resolución

Para resolver estos y otros problemas, las ventas celebradas fuera de establecimientos mercantiles se regularon a nivel europeo y español mediante las normas que se citan en el apartado de "Legislación". Estas normas giran en torno a dos pilares básicos: el derecho a la información y el derecho de revocación.

Los contratos protegidos por esta ley son los celebrados entre un empresario y un consumidor cuando tengan lugar fuera del establecimiento mercantil del empresario o bien en la vivienda del consumidor (salvo que la visita del vendedor haya sido solicitada por el consumidor) o bien en un medio de transporte público.

No quedan cubiertos por esta ley los contratos de menos de 48,08 € (8.000 pesetas), ni los que se refieran a bienes inmuebles, ni los contratos de seguro, ni los que se refieran a valores mobiliarios, ni los documentados notarialmente. La ley tampoco resulta de aplicación a los contratos relativos a alimentos y bebidas suministrados por proveedores que realicen desplazamientos regulares.

Las ventas realizadas por catálogo sólo se registrarán por esta norma cuando la consulta de dicho catálogo se haga en presencia del empresario. En caso contrario (cuando el consumidor ha podido meditar tranquilamente su contenido) estaremos ante una venta a

distancia regulada por otra normativa.

En cuanto a la información que obligatoriamente se ha de entregar al comprador hay que señalar:

El contrato, que deberá ir acompañado del documento de revocación, se hará por escrito y por duplicado y deberá ir firmado y fechado por el consumidor.

La mención expresa a la posibilidad de revocación con sus requisitos y consecuencias

El documento de revocación deberá mencionar con letras grandes "documento de revocación" y deberá mencionar el nombre y la dirección completa a donde enviarlo.

El consumidor que no reciba esta información podrá solicitar la anulación del contrato.

El consumidor, una vez recibido el producto, dispone de 7 días



para revocar su declaración de voluntad sin necesidad de alegar ninguna razón. Esta revocación no implicará gasto alguno para el comprador, lo que significa que los gastos de devolución del producto los paga el vendedor. Para ejercer esta revocación basta con enviar el documento de revocación con acuse de recibo o reenviar el producto a portes

debidos. Una vez recibido el producto, el vendedor deberá devolver al comprador el precio que pagó.

Si el consumidor había solicitado un préstamo y ejerce su derecho a revocar la compra se puede aplicar lo que la legislación posterior ha regulado para las ventas a distancia:

Si el préstamo lo concedió el propio proveedor o un 3º que tenía un acuerdo con éste (por ejemplo una financiera que trabaja habitualmente con el vendedor), la revocación implica la resolución de ese préstamo.

Si por el contrario el consumidor se encarga de solicitar un préstamo por su cuenta (por ejemplo a un Banco o Caja de Ahorros) el ejercicio del derecho de revocación no supone la resolución de ese préstamo.

De ello deducimos que lo mejor, a estos efectos, será aceptar la financiación que nos proponga el vendedor (ya sea directamente o a través del prestamista con el que tenga algún acuerdo).



Legislación

Las ventas celebradas fuera de establecimientos mercantiles fueron reguladas por la Directiva 85/577 de 20 de diciembre de 1985. El Estado español reguló la materia a través de la Ley 26/1991 de 26 de noviembre, que es la que se aplica en la



*Legislación
Vigente*

actualidad a este tipo de operaciones.

ACADEMIAS, CENTROS DE ENSEÑANZA Y FORMACIÓN, Y CURSOS POR CORRESPONDENCIA

Iniciamos el otoño cargados de buenos propósitos y dispuestos a aprender aquello que habíamos pospuesto en otras ocasiones. Idiomas, informática, nuevas profesiones y aficiones de todo tipo -desde el punto de



cruz a la filatelia- centran la atención de los cursos por correspondencia: Un método de enseñanza siempre popular, pero con unos resultados que, en ocasiones, son más que dudosos. Si Vd. se ha animado a iniciar uno de estos cursos LE INTERESA conocer SUS DERECHOS:

1. Al consumidor debe presentársele claramente la propuesta de contratación como tal. No puede haber equívocos ni inducir a confusión con fórmulas como "solicitud de información" cuando realmente lo que se está haciendo (o se propone que se haga) es contratar.

2. En la oferta, en cualquier caso, deberá constar claramente

al menos: precio total del producto y , en caso y debidamente separado, los gastos de transporte, la forma de pago y las modalidades de entrega (ejemplo: 15 libros, en 6 meses....), las características del curso, la identidad de la empresa, y el plazo de validez de la oferta.

3. En cualquier caso se requerirá el consentimiento expreso del consumidor. No siendo válida la falta de respuesta como aceptación del curso. (Ejemplo: Rellenamos un cuestionario en el que figura "Solicito Información sobre este curso sin compromiso". Recibimos una muestra -que puede corresponderse a la primera entrega del material del curso-. Ante el silencio del consumidor, o falta de respuesta, la empresa no puede considerar contratado el curso. Una práctica, sin embargo, muy extendida)

4. En el caso de que un consumidor reciba material sobre un curso no solicitado, éste no estará obligado ni a la devolución, ni podrá reclamársele el precio (a no ser que se trata de una recepción errónea; en este caso: deberá retenerlo un mes desde que comunica la recepción del producto, teniendo derecho a una indemnización de un 10% del valor de venta del producto o hacerlo suyo definitivamente)

5. Una vez solicitado el curso deberá entregarse (salvo que la oferta indique claramente lo contrario) en un plazo no superior a treinta días desde la recepción del pedido

6. No se puede exigir pago por adelantado ni entrega a cuenta de ningún tipo.

7. El consumidor podrá desistir libremente del curso dentro de los SIETE días siguientes de la recepción del material del mismo. El desistimiento del producto

implicará, en cualquier caso, la resolución del crédito que hubiese podido contratarse a tal efecto.

8. Para ejercer este derecho, es fundamental, que no pase el plazo de SIETE días, lo que en ocasiones la empresa lo fuerza con dilaciones interesadas. Por lo tanto, *EL CONSUMIDOR DEBE DEJAR CONSTANCIA DE LA VOLUNTAD O INTENCION DEL USUARIO DE DEVOLVER EL PRODUCTO. PARA ESTO NO ES VALIDO LA MERA COMUNICACION VERBAL O TELEFONICA.*



9. Además, la devolución no supondrá penalidad alguna para el comprador, salvo los gastos directos de devolución (sólo transportes): No se le podrán cargar gastos como anulación de pedido, embalaje y bolsa nueva, limpieza, Tramitación de la anulación, nueva garantía, gastos de recogida del equipo gastos de cancelación del préstamo, amortización del equipo, gastos de demostración ,gastos de manejo, gastos de telemarketing, costes de premios y concursos, tramitación de la venta, comisión del agente [conceptos que una empresa de venta a distancia

pretendía cobrar, tras desatender la solicitud telefónica de revocación de un comprador]

10. Sin embargo debemos tener en cuenta que la ley indica que no se extenderá el derecho de desistimiento a las ventas de objetos o productos que puedan ser reproducidos o copiados de inmediato, salvo pacto contrario. Por lo que le recomendamos que en todo caso exija el reconocimiento expreso del derecho de desistimiento y el documento de revocación.

11. Cuando el consumidor reciba el curso en casa, deberá recibir INFORMACIÓN escrita con los siguientes datos: Dirección de la empresa (domicilio social), Condiciones de crédito y documento de desistimiento o revocación

12. El contrato será legible (sin letra pequeña) y no podrá contener ninguna cláusula que suponga desequilibrio entre las partes. Sería nula.

COMPRAS ON LINE

La adquisición de productos y servicios a través de Internet plantea para el consumidor unos riesgos similares a los de otras ventas a distancia en las que no existe contacto físico entre comprador y vendedor.



Riesgos que se derivan de no poder examinar la calidad del producto que se compra, de un

posible incumplimiento del plazo de entrega, de que el producto llegue deteriorado a causa del transporte, de que se dificulten las reclamaciones si el vendedor es de otro país o no proporciona un domicilio físico de la empresa o que el vendedor cobre el dinero y no envíe el producto.

Sin embargo, esta práctica plantea ciertos peligros añadidos, derivados de la fácil accesibilidad a Internet en relación con los datos suministrados, multiplicando la posibilidad de que se produzca un uso ilegítimo de la información bancaria de los clientes, cediendo, vendiendo o alquilando sus datos a otras empresas, debido a la dificultad de garantizar su seguridad.

El comercio electrónico da a sus usuarios la oportunidad de consumir en un mercado más amplio y competitivo, pero también fomenta la contratación en masa, el consumismo y el riesgo para los consumidores de sufrir abusos y fraudes por parte de las empresas; en definitiva, todo aquello contra lo que las asociaciones de consumidores han venido trabajando a lo largo de los años.



Seguridad

Como ya se ha indicado, salvaguardar la seguridad de los datos personales y bancarios en Internet es fundamental. Por ello, debe tomarse la precaución de realizar compras exclusivamente a través de páginas seguras para evitar el acceso de terceros a dichos datos. Estas páginas envían la información encriptada, es decir, cifrada de modo que, si nuestro mensaje es interceptado irregularmente por un tercero, éste no pueda llegar a entenderlo.

Cuando se accede a un servidor seguro, avalado por una entidad de certificación, deberá aparecer en la parte inferior izquierda de la pantalla del ordenador el icono de un candado cerrado e iluminado. Otro dato fundamental: el usuario sabrá que está en una página segura si el indicativo <http://> pasa a ser <https://>.

Cuando se compra en la red,



generalmente, la empresa va a ofrecer al consumidor la posibilidad de elegir entre varios medios de pago: contra reembolso, con tarjeta de crédito... Este debe elegir siempre el primero y dejar como última opción el pago con tarjeta de crédito; es más, ha de desconfiar si este último es el único sistema de pago admitido. Esto no solo nos dará la posibilidad de no dar a conocer nuestros datos bancarios, sino también de evitar abusos, como que finalmente el pedido no se entregue o la posibilidad de no realizar el pago si la calidad y condiciones del producto no coinciden con la oferta.



Protección de datos

Los datos suministrados en las



contrataciones electrónicas son reservados y la ley protege su uso y tratamiento. Cuando una tienda virtual solicita los datos personales es obligatorio que informe sobre:

1. La existencia de un fichero para la recogida de los datos y de los destinatarios de la información.
2. El carácter obligatorio de la respuesta a las preguntas que plantea.
3. Las consecuencias de la obtención de datos o de la negativa a suministrarlos.
4. La posibilidad de ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición de los datos.



5. La identidad y dirección del responsable del tratamiento de los datos utilizados o de su representante.

En general, hay que evitar dar datos personales si no es imprescindible y desconfiar de los cuestionarios que ofrecen regalos a cambio de ellos. En caso de que se detecte un mal uso de los datos personales, se puede denunciar el hecho ante

la Agencia de Protección de Datos.



Regulación legal

Las particularidades y novedades que suponen el comercio por vía electrónica hacen necesaria la existencia de una norma concreta que lo regule. Se trata de la Ley 34/2002 de 11 de Julio, denominada "Ley de Servicios de la Sociedad de la información y de Comercio electrónico", que controla de forma específica la materia: cómo ofrecer y contratar productos y servicios por vía electrónica, incluyendo todas las actuaciones previas, simultáneas y posteriores al contrato, cómo puede ser el suministro de catálogos, el envío de comunicaciones comerciales, las obligaciones de información

del prestador de servicios o comerciante...

En esta actividad comercial rige el principio de libre prestación de servicios, con las únicas restricciones de salvaguarda del orden público, investigación penal, seguridad pública y defensa nacional, protección de la salud y de los consumidores, respeto a la dignidad de la

persona y al principio de no discriminación por motivos de raza, sexo, religión..., protección de la juventud y de la infancia. No obstante, las disposiciones contenidas en esta ley han de entenderse sin perjuicio de lo dispuesto en otras normas estatales o autonómicas de aplicación en razón de las materias y que tengan por objeto la salud y seguridad pública, la protección de los intereses del consumidor y de sus datos personales.

Pero también hay determinados servicios que están expresamente excluidos de la ley reguladora del comercio electrónico, como, los prestados por notarios y registradores de la propiedad y mercantiles y los ofrecidos por abogados y procuradores en el ejercicio de sus funciones de representación y defensa en juicio.



Venta a distancia

Hay que tener presente que el denominador común de todos los servicios que se pueden prestar por vía electrónica es la no presencia física de las partes; es decir, aunque con



características distintas a las tradicionales por el medio en el que se realiza, el comercio en la red es encuadrable en el concepto de venta a distancia de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

Dicha Ley de 1996 considera ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea de comprador y vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación del vendedor y la

aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza. Por ello, jurídicamente, se puede calificar la práctica del comercio electrónico como venta a distancia, siéndole de aplicación tanto ésta como la Ley 26/91 de 21 de noviembre sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, a los cuales no se opongá a la Ley específica reguladora de este tipo de comercio.

Igualmente, y tal como se ha indicado anteriormente, resultará de aplicación la normativa general de protección del consumidor. La contratación a través de Internet produce todos sus efectos desde que se manifiesta y conoce el consentimiento del oferente del bien o servicio y de su destinatario, aceptándolo.

Cuando una norma exija que el contrato o cualquier información relacionada con el mismo conste por escrito, este requisito se entenderá cumplido si el contrato o la información se contiene en soporte electrónico. No obstante, la prueba de su celebración estará sujeta a lo

establecido en la legislación sobre la firma electrónica.



Los contratos

Dadas las características de estos contratos en los que las cláusulas o condiciones se le presentan al consumidor ya redactadas y sin posibilidad de negociación por su parte con la empresa, será también aplicable la Ley de Condiciones Generales de la Contratación, donde se establecen qué cláusulas pueden considerarse abusivas y la no aplicación de las mismas.

La recogida, grabación, conservación y cesión de nuestros datos personales a terceros por parte de las empresas con las que contratamos precisa del consentimiento del consumidor, así como la posibilidad de acceder y solicitar la rectificación, cancelación o negarse a que sean cedidos a terceros, quedando amparadas estas actuaciones bajo la tutela de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales. Será aplicable también la normativa existente en materia de publicidad (Ley General de Publicidad), por lo que la que induzca a error a los



destinatarios será considerada como engañosa.



10 consejos para comprar

1. Toda oferta de compra por comercio electrónico deberá contener necesariamente la identidad y el domicilio social del proveedor, las características especiales del producto, el precio y, en su caso, el coste del transporte, así como las posibles formas de pago, la modalidad de entrega y el plazo de validez de la oferta. Debe exigirse toda la información necesaria sobre el producto para evitar sorpresas.

Las obligaciones previas de información del prestador de servicios o comerciante recaerán exactamente sobre los siguientes datos, que deberán ser facilitados antes de la contratación:

- Los distintos trámites a seguir para formalizar el contrato.
- Si se va a archivar el documento electrónico que formaliza el contrato.
- Los medios técnicos para corregir posibles errores en la introducción de datos.
- Idiomas en que podrá formalizarse el contrato.

Una vez celebrado el contrato, existen otras obligaciones de información:

- El vendedor deberá acusar el recibo del pedido, puesto que la orden de compra debe ser expresamente aceptada por el cliente. El oferente del bien o servicio está obligado a confirmar la recepción de la aceptación del destinatario.
- El contrato se entiende celebrado en el lugar que el

consumidor tenga su residencia habitual.

2. Las ofertas o propuestas de contratación serán válidas durante el periodo que fije el oferente y, si no figura ningún plazo, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios.



3. El consumidor debe ser informado por el vendedor de su derecho a desistir de la compra en el plazo de siete días a contar desde la recepción del producto.

4. Una vez aceptada la compra, el vendedor deberá entregar el producto adquirido en un intervalo de 30 días.

5. Junto al producto comprado, el consumidor recibirá toda la información sobre el mismo, la dirección del establecimiento del vendedor y su domicilio social, las condiciones de pago y el documento de desistimiento, así como la factura, recibo o documento en el que consten los derechos del comprador y garantías del artículo adquirido.

6. Evite comprar en sitios domiciliados en países no pertenecientes a la Unión Europea, puesto que éstos no tienen la obligación de respetar

las leyes comunitarias ni se podrá recurrir de la Red Europea para la Resolución Extrajudicial de Conflictos de Consumo. Hay que desconfiar de los vendedores que no facilitan sus datos de identificación, especialmente la denominación y el domicilio social.

7. Es conveniente comprobar si el comercio en el que se va a adquirir el producto está adherido al arbitraje de consumo. Si el empresario o el profesional se une al sistema arbitral de consumo, podrá exhibir su distintivo oficial, que indica la oferta de una garantía añadida a los servicios que presta habitualmente. Para los consumidores, este símbolo supone una vía de poder resolver de forma rápida, eficaz y económica los desacuerdos que puedan producirse con la empresa adherida a este sistema.

8. No facilite más datos que los estrictamente necesarios.

9. Evite pagar por adelantado y con tarjeta de crédito; el consumidor debe dar prioridad a sistemas de pago contra reembolso.

10. Reclame si ha sufrido algún abuso.

Las ventas realizadas fuera de establecimientos mercantiles.

Academias, centros de enseñanza y formación y cursos por correspondencia.

Compras On Line

Las ventas realizadas fuera de establecimientos mercantiles.

Academias, centros de enseñanza y formación y cursos por correspondencia.

Compras On Line

Las ventas realizadas fuera de establecimientos mercantiles.

Academias, centros de enseñanza y formación y cursos por correspondencia.

Compras On Line

Las ventas realizadas fuera de establecimientos mercantiles.



C/ Maestra, 10.- 23470 Andújar (Jaén)
Tlf: 953512410 y 953 501250.- Fax: 953 501294
E-mail: mambiente@ayto-andujar.es