

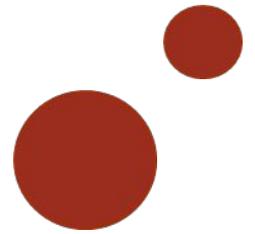
MASTER CLASS. DERECHO CONSUMO

Derecho Consumo



En unos momentos empezamos...

DERECHO DE CONSUMO



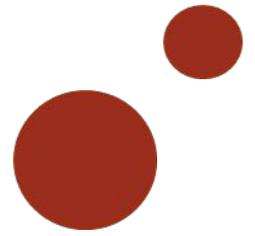
Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la **Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios** y otras leyes complementarias (B.O.E. núm. 287, de 30 de noviembre).

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.



DERECHO DE CONSUMO



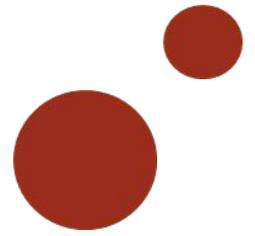
Art. 19 Prácticas Comerciales (LGDCU 2007)

Para la protección de los consumidores las prácticas comerciales de los empresarios dirigidas a ellos están sujetas a lo dispuesto en:

- Esta Ley
- La Ley de Competencia Desleal y
- en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.



DERECHO DE CONSUMO



Art. 19 Prácticas Comerciales (RDLeg 1/2007)

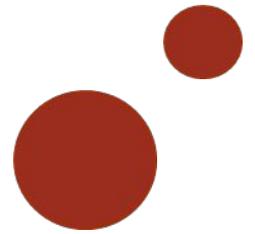
Se consideran prácticas comerciales todo:

Acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de bienes o servicios, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones,

* Con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial.



DERECHO DE CONSUMO



Art. 20 Información necesaria en la oferta comercial (R.D.eg 1/2007)

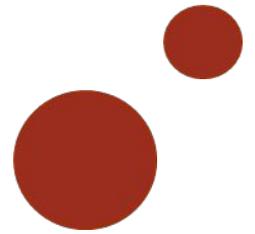
Deberán contener la siguiente información:

- a) Datos del empresario responsable de la oferta
- b) Las características esenciales del bien o servicio.
- c) El precio final completo, o la base de cálculo
- d) Los procedimientos de pago, plazos de entrega y ejecución del contrato y el sistema de tratamiento de las reclamaciones,
- e) En su caso, existencia del derecho de desistimiento.

* El incumplimiento será considerado práctica desleal por engañosa



DERECHO DE CONSUMO



Art. 49 Infracciones (RDLeg 1/2007)

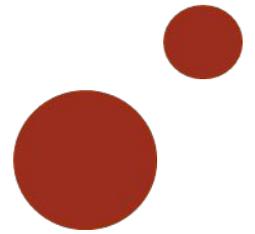
f) El incumplimiento de las normas relativas a registro, normalización o tipificación, etiquetado, envasado y **publicidad de bienes y servicios**

Artículo 51. Sanciones.

1. Las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios previstas en esta norma serán sancionadas por las Administraciones públicas competentes con multas de acuerdo con la siguiente graduación:



DERECHO DE CONSUMO



Concepto de Publicidad:

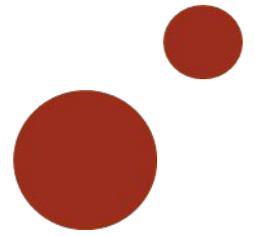
Artículo 2. (Ley 34/1988 GP)

– Publicidad:

Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.



DERECHO DE CONSUMO

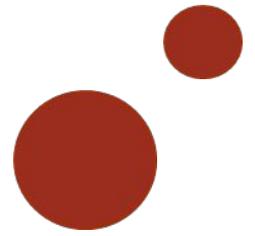


Contenido Publicidad

- El contenido de la publicidad podrá ser exigido por los consumidores y usuarios siempre.
- Las prestaciones, condiciones y garantías son exigibles aunque no figuren expresamente en el contrato.
- Las cláusulas y condiciones que se apliquen a la oferta, a la promoción y a la venta, deben ser claros, concretos y sencillos.



DERECHO DE CONSUMO

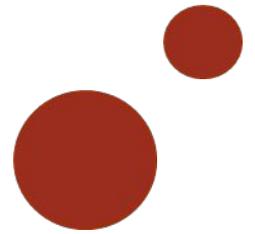


Publicidad

- La publicidad debe cumplir siempre el derecho de los consumidores a una información cierta, eficaz, veraz y objetiva. Debe ser veraz, sobre todo en:
 - Origen, naturaleza, composición y finalidad de lo ofrecido.
 - Categoría, calidad y cantidad.
 - Peligrosidad y cualquier circunstancia especial.
 - Precio o presupuesto.
- La oferta, promoción o publicidad ilícitas, serán perseguidas y sancionadas como fraude.



DERECHO DE CONSUMO



Concepto Publicidad Ilícita Art. 18 Ley de Competencia Desleal

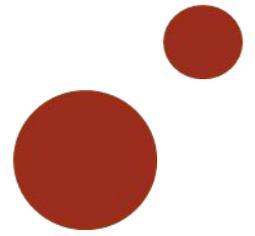
La publicidad considerada ilícita por la Ley General de Publicidad, se reputará desleal

Art. 3 Ley 34/1988

A y b) Aquella que atente contra la dignidad de las personas o contra los valores y derechos reconocidos en la Constitución, y especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y a la mujer.



DERECHO DE CONSUMO



Categorías de Publicidad Ilícita:

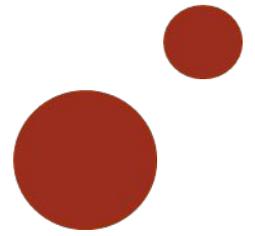
c) Subliminal. (art. 4)

Aquella que utiliza métodos que se basan en que el destinatario no es consciente de que se emite publicidad pero siente el estímulo de consumir un determinado producto.

d) La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios (específica)



DERECHO DE CONSUMO



Categorías de Publicidad Ilícita:

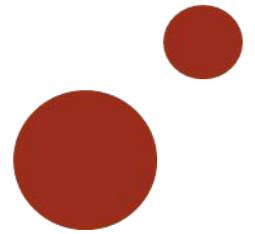
e) Engañosa

La que de algún modo, incluida su presentación, puede inducir a error a sus destinatarios y afectar a su comportamiento económico.

O la que silencia datos fundamentales de un producto o servicio si dicha omisión induce a error a los destinatarios de la publicidad.

(ej. Incumplir los datos de la oferta – art. 20 LGDC)





Categorías de Publicidad Ilícita:

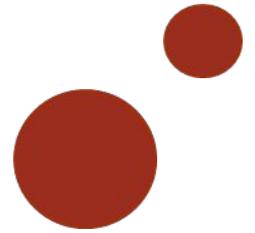
e) Desleal

Tiene como objeto desacreditar o menospreciar a otra empresa de la competencia.

Es desleal la que se aprovecha del nombre, marca y prestigio de un producto o servicio para imitarlo de algún modo: en el nombre, envase, etc. y producir error o confusión en el destinatario.



DERECHO DE CONSUMO



Categorías de Publicidad Ilícita:

e) Agresiva

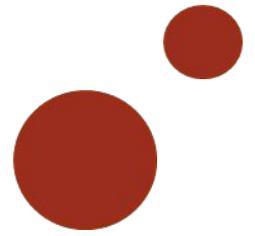
Aquellas en las que interviene la coacción o el acoso directo al consumidor o usuario

-Encubierta en televisión.

La Ley que rige las emisiones de televisión prohíbe utilizar nombres de marcas comerciales en carteles y decorados o hablar de ellas si no es indicando claramente que se trata de un espacio publicitario dentro del programa que se esté emitiendo. Para ello debe anunciarse claramente e indicarse expresamente en pantalla que se está haciendo publicidad.



DERECHO DE CONSUMO



Art.19 Prácticas Comerciales Desleales (LDC)

Las previstas en:

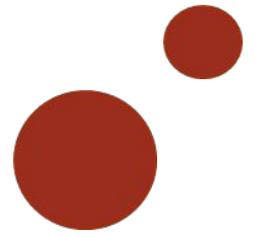
- art. 4 (mala fe),
- Art. 5 (engaños),
- Art. 7 (omisiones engañosas)
- Art. 8 (prácticas agresivas)
- Además las reguladas en los artículos 21 a 31:

Engañosas: por confusión para los consumidores, sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad, señuelo y prácticas promocionales engañosas, sobre la naturaleza y propiedades de los bienes o servicios, su disponibilidad y los servicios posventa. de venta piramidal, comerciales encubiertas, y otras

Agresivas: por coacción, por acoso, en relación con los menores y otras



DERECHO DE CONSUMO



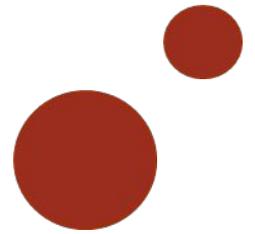
Vías de defensa (Acciones)

Hay que distinguir entre:

- 1) En el caso de la publicidad ilícita
- 2) En el caso de la publicidad personalizada por medios de comunicación a distancia



DERECHO DE CONSUMO



Vías de defensa (Acciones)

- 1) En el caso de la publicidad ilícita
- A través de los Juzgados y Tribunales de Justicia.

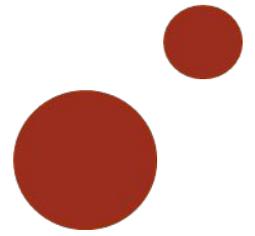
•Art. 32 y 33 Ley de Competencia Desleal

Las acciones para todas las Prácticas Desleales

- 1.ª Acción declarativa de deslealtad.
- 2.ª Acción de cesación de la conducta desleal o de prohibición de su reiteración futura. Asimismo, podrá ejercerse la acción de prohibición, si la conducta todavía no se ha puesto en práctica.
- 3.ª Acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal.
- 4.ª Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.
- 5.ª Acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal, si ha intervenido dolo o culpa del agente.



DERECHO DE CONSUMO



Vías de defensa (Acciones)

1) En el caso de la publicidad ilícita

Hay 2 vías de reclamación:

- a través de la Administración Pública de Consumo

Solicitando una Hoja de Reclamaciones al establecimiento o a través de denuncia personalmente la Oficina Municipal de Información al Consumidor.

-través de los Juzgados y Tribunales de Justicia.

Personalmente o a través de Asociaciones de Consumidores, puede interponer una denuncia en el juzgado más próximo.

❖ Es importante acompañar las denuncias o peticiones con toda aquella documentación que certifique nuestra "versión de los hechos".



DERECHO DE CONSUMO

Vías de defensa (Acciones)

2) En el caso de publicidad personalizada

Protección de Datos Personales

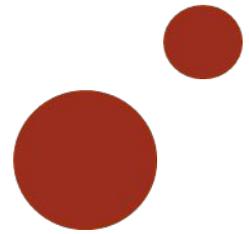
Cuando se realizan propuestas no deseadas y reiteradas por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios de comunicación a distancia

El empresario o profesional deberá utilizar sistemas que le permitan al consumidor dejar constancia de su oposición a seguir recibiendo propuestas comerciales de dicho empresario o profesional.

Para que el consumidor o usuario pueda ejercer su derecho a manifestar su oposición a recibir propuestas comerciales no deseadas, cuando éstas se realicen por vía telefónica, las llamadas deberán realizarse desde un número de teléfono identificable.



DERECHO DE CONSUMO



Publicidad en materia de Vivienda

Todos los elementos publicitarios forman parte del contrato

Pues así lo indican distintos fallos judiciales recientes, que dan la razón a consumidores que se encuentran con características de la vivienda adquirida distintas de las ofertadas y pautadas en el momento de la compra, cuando reclaman por el **incumplimiento de las condiciones** en la adquisición de la vivienda

La publicidad tiene un papel relevante en la toma de decisiones del comprador



Muchas gracias a
todos
por su atención

