



## BREVE INTERPRETACIÓN DEL ARTÍCULO 21.3 TRLGDCU

*José María Martín Faba\**

*Centro de Estudios de Consumo  
Universidad de Castilla–La Mancha  
Profesor Ayudante UAM*

*Fecha de publicación: 11 de abril de 2019*

Dice así el vigente artículo 21.3 TRLGDCU: “*En todo caso, y con pleno respeto a lo dispuesto en los apartados precedentes, los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la dirección postal, número de teléfono, fax, cuando proceda, y dirección de correo electrónico en los que el consumidor y usuario, cualquiera que sea su lugar de residencia, pueda interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados (...)*”.

Desde la OMIC de Cartagena nos preguntan si ¿la expresión “*cuando proceda*” significa que el empresario no está obligado a facilitar información sobre la dirección postal, número de teléfono y/o fax?

Pues bien, como manifiesta BUSTO<sup>1</sup>, la finalidad del apartado comentado es la de garantizar que el consumidor que contrata con un empresario disponga en todo momento de determinada información sobre los medios o canales de contacto a través de los cuales pueda interponer una queja o reclamación, o solicitar información sobre el bien o servicio ofertado o contratado. El apartado 3º del artículo 21 TRLGDCU fue incorporado en virtud de la Ley 25/2009 –y modificado por la Ley 3/2014, exclusivamente para corregir algunas deficiencias técnicas que se apreciaban en su redacción–. Posteriormente, la Disposición final cuarta de la Ley 7/2017 modificó el apartado 3ª del artículo 21 TRLGDCU, introduciendo la expresión “*cuando proceda*” después de la afirmación relativa a que el empresario pondrá a disposición del consumidor información sobre la dirección postal,

---

\* ORCID ID: 0000-0002-4826-8140.

<sup>1</sup> BUSTO LAGO, J.M., “Comentario al artículo 21 TRLGDCU”, en *Comentarios al TRLGDCU* (Dir. BERCOVITZ), Aranzadi, 2015, p. 299.



número de teléfono y fax<sup>2</sup>.

La inclusión por la Ley 7/2017 de la expresión “cuando proceda” trae causa de la enmienda de modificación núm. 10 del Grupo Parlamentario Ciudadanos a la Disposición final cuarta de la mencionada Ley. Aunque Ciudadanos no detalla el motivo para incluir dicha expresión, en otra enmienda del grupo a la Ley puede encontrarse la justificación. Así, exponen que *“no cabe desconocer que la puesta en contacto del consumidor con el empresario solo se hace posible si el último ha proporcionado los datos de contacto de una persona o departamento encargado de la tramitación de las reclamaciones. Las dificultades para esta primera puesta en contacto pueden ser mayores en el comercio en línea si el empresario no ofrece la oportunidad de utilizar medios de comunicación a distancia tales como formularios en línea simples que se pueden enviar a través del sitio de los comerciantes o por correo electrónico, y no por ejemplo por fax”*, que puede ser un medio ineficaz para permitir esa comunicación a distancia. En efecto, el sentido de incluir la expresión “cuando proceda”, después de establecer que el empresario tiene que informar al consumidor sobre la dirección postal, número de teléfono o fax, es que en supuestos de contratación *online* no es conveniente que el empresario informe sobre estos canales de contacto, sino que será más adecuado que el empresario disponga o proporcione un instrumento en línea o una dirección de correo electrónico a efectos de que el consumidor pueda interponer sus quejas y reclamaciones o para que este pueda solicitar información sobre el producto o servicio contratado. Piénsese, por ejemplo, en una contratación con *Amazon*. Carecería de sentido que la mercantil proporcionara al consumidor una dirección postal, un número de teléfono o un número fax con el propósito de que este interponga sus quejas, reclamaciones o requerimientos, en vez de un instrumento en línea o un correo electrónico, que son medios análogos a la forma en que se produce la contratación. Cuando las transacciones de consumo se producen de manera *online*, es más lógico que se proporcionen canales de reclamación en línea, que en ese contexto facilitan la puesta en contacto entre el consumidor y el empresario, y no direcciones postales, números de fax o de teléfonos, que son instrumentos no óptimos para poner en contacto con rapidez y efectividad a las partes contratantes.

Por consiguiente, procede contestar a la cuestión planteada por la OMIC en el sentido de que la expresión “cuando proceda” del artículo 21.3 TRLGDCU, significa que, cuando la contratación se realice de forma *online*, el empresario no tendrá que facilitar la dirección

---

<sup>2</sup> También el artículo 6.1 c) de la Directiva 2011/83 establece que *“antes de que el consumidor quede vinculado por cualquier contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento o cualquier oferta correspondiente, el comerciante le facilitará de forma clara y comprensible la siguiente información: c) la dirección geográfica del establecimiento del comerciante y el número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico del mismo, cuando proceda, con objeto de que el consumidor pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz así como, cuando proceda, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa”*.



postal, número de teléfono o fax a efectos de que el consumidor interponga sus quejas o reclamaciones o solicite información en relación al producto o servicio contratado, pues si aquel proporcionara únicamente información sobre los medios aludidos se dificultaría la puesta en contacto entre las partes. En estos supuestos el empresario debe facilitar un instrumento en línea o una dirección de correo electrónico para que el consumidor dirija sus reclamaciones o quejas, o para que este solicite información sobre el producto o servicio ofertado o contratado, pues de esta manera se garantizará una puesta en contacto óptima entre las partes. Con todo, cuando la contratación no se produzca de forma *online*, el empresario sí que deberá poner a disposición del consumidor la información sobre la dirección postal, número de teléfono o fax, con la finalidad aludida. Lo verdaderamente importante es que el empresario informe al consumidor sobre canales de contacto que sean acordes y se correspondan con el medio o escenario de contratación utilizado.