



www.uclm.es/centro/cesco

CONSULTA SOBRE TICKET REGALO

Karolina Lyczkowska
Investigadora Centro de Estudios de Consumo
UCLM

- En relación con la consulta que ha sido remitido al Centro de Estudios de Consumo, sobre la posible existencia de una cláusula abusiva referida a la posibilidad de cambio de un bien por otro de importe igual o superior al canjeado, hemos de hacer las siguientes aclaraciones:

1. El consumidor tiene derecho *ex lege* a desistir del contrato sin justificación alguna, con restitución de todas las sumas abonadas, solo en casos legalmente establecidos (art. 68.2 del RDL 1/2007), como, por ejemplo, en el supuesto de ventas efectuadas fuera de los establecimientos mercantiles. Fuera de los casos para los que la ley expresamente prevé este derecho, el vendedor no está obligado a aceptar la devolución del producto y restituir el precio. Con todo, hay que mencionar que existen establecimientos que voluntariamente llevan a cabo esta práctica.

2. Con respecto a la posible existencia de una cláusula abusiva, señalemos que el RDL 1/2007 contiene una definición general (art. 82) y una lista de supuestos en los que en todo caso se considerará que existe una cláusula abusiva (art. 85-90). En esta lista, solo podríamos considerar aplicable a nuestro supuesto la limitación de derechos legales del consumidor (art. 86.1 del RDL 1/2007). No obstante y como se acaba de explicar, en el caso de la consulta, la tienda en la que se adquirió el bien en cuestión no estaba obligada

a aceptar su devolución, si bien lo hizo, conforme a las reglas fijados por el establecimiento vendedor (es decir, se aceptó la devolución bajo la condición de cambio por un producto de igual o superior precio, abonando el consumidor la diferencia en su caso). Por tanto, ante la inexistencia de un derecho del consumidor a la devolución del producto y recepción de la suma abonada, hemos de concluir que no se trata de una cláusula abusiva por limitación de derechos del consumidor.

3. De acuerdo con la definición general del art. 82 del RDL 1/2007, *se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas 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.* No parece que la práctica comercial en cuestión pueda reconducirse a este artículo. El establecimiento mercantil, sin tener ninguna obligación legal, está voluntariamente concediendo un derecho de devolver el producto, condicionado a la sustitución por otro, de importe igual o superior. Por tanto, no perjudica al comprador, sino que le concede un *plus* de derechos. Falta toda sospecha de desequilibrio, porque el consumidor no hace un pago especial por ese derecho que se le concede.

4. Ahora bien, teniendo en cuenta este escenario, procedamos a analizar la negativa del establecimiento a cambiar el producto por uno más barato, con la renuncia del comprador a que se le devuelva la diferencia. El vendedor no sufre ningún perjuicio económico objetivo admitiendo tal intercambio. La imposición de la regla de la necesidad de llevarse un producto de precio igual o superior es arbitraria y solo está dirigida a incrementar los beneficios del establecimiento, porque frecuentemente resultará difícil encontrar un producto cuyo precio sea absolutamente igual al del bien devuelto. En consecuencia, en la mayoría de los casos, el consumidor que quiera hacer uso del derecho que voluntariamente le concede la empresa vendedora, se verá forzado a adquirir un producto más caro, con tal de poder devolver el originariamente adquirido. Aunque no se puede calificar esta conducta como una cláusula abusiva, se trata de una práctica publicitaria engañosa que bajo la apariencia del derecho a

devolución del bien, en realidad viene a ofrecer un “derecho a cambiar el producto por uno más caro”. Por tanto, al ser un acto contrario a la buena fe y ser susceptible de distorsionar el comportamiento económico del consumidor, en la medida en la que un consumidor pueda influir en la decisión de un consumidor de adquirir un bien a establecimiento en cuestión, a la vista del art. 4 de la Ley de Competencia Desleal es un acto desleal. Y de acuerdo con el art. 49 I), las prácticas desleales con consumidores constituyen infracciones sancionables.