



www.uclm.es/centro/cesco

INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL EN CONTRATOS CON CONSUMIDORES: CUÁNDO, QUÉ Y CÓMO INFORMAR¹

Manuel Jesús Marín López*
Catedrático de Derecho Civil
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 8 de diciembre de 2014

Se plantea una consulta al Centro de Estudios de Consumo, en relación con la información precontractual que el empresario está obligado a suministrar al consumidor, tal y como ordena el art. 60 TRLGDCU. En concreto, se pregunta cuándo debe darse esa información, y sobre todo cómo ha de darse, si basta la forma verbal o puede el consumidor exigir que se suministre por escrito.

El empresario debe facilitar la información “antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato u oferta correspondiente” (art. 60.1 TRLGDCU, en la redacción dada por la Ley 3/2014; la redacción anterior se refería a “antes de contratar”). Pero el art. 60.1 TRLGDCU no señala con qué antelación debe hacerse². La antelación dependerá del tipo de contrato. Pero en todo caso ha de ser con la antelación necesaria para que el consumidor pueda asimilar la información recibida y tenerla en cuenta para decidir si contrata o no³.

¹ Trabajo realizado con la ayuda del proyecto “Grupo de investigación y centro de investigación CESCO: mantenimiento de una estructura de investigación dedicada al Derecho de consumo” concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad (Resolución de 23 de diciembre de 2011).

* Manuel.Marin@uclm.es; www.uclm.es/profesorado/mjmarin

² Algunas leyes sectoriales sí lo establecen. Por ejemplo, cinco días naturales antes de la celebración del préstamo o crédito hipotecario (art. 14.1 de la Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito).

³ GÓMEZ CALLE, E., *Los deberes precontractuales de información*, Madrid, La Ley, 1994, pg. 137.

En teoría, el empresario debería suministrar con carácter previo los datos que han de considerarse *determinantes de la voluntad negocial* del consumidor; esto es, aquella información que es *sustancial* en la medida en que es susceptible de afectar a la decisión de contratar del consumidor. Por las dificultades que tiene averiguar en cada caso cuál es esa información, el legislador español ha acogido un sistema de listados de información obligatoria. Así, el art. 60 TRLGDCU obliga al empresario a informar sobre las “características principales” del contrato (“características esenciales”, en la vieja redacción del art. 60.1 TRLGDCU), y en particular, sobre sus condiciones jurídicas y económicas. El art. 60.2 TRLGDCU contiene una lista de menciones obligatorias⁴, lista que es aún más extensa y detallada tras la nueva redacción de este precepto⁵. El establecimiento de listas de deberes de información ha sido criticado por parte de la doctrina⁶. Es cierto que la abundancia de contenidos informativos puede ser contraproducente para el consumidor, y que sería más eficaz (y más adecuada al fin de protección de la norma) la formulación de una regla general sobre el contenido que debe mencionarse. Así, quizás bastaría con informar sobre las prestaciones principales del contrato y los elementos que permitan definir y comparar el contrato frente a otros en el mismo sector del tráfico, indicando igualmente las cláusulas o características que se apartan de las que son comunes en ese sector⁷.

No todas las menciones obligatorias del art. 60.2 TRLGDCU tienen el mismo valor y alcance. Algunas de ellas versan sobre las condiciones principales del contrato (pe., sujetos, objeto del contrato, incluyendo el precio). Otras sobre elementos no esenciales, pero que pueden tener importancia porque rigen las vicisitudes del contrato (pe., fecha de entrega del bien o ejecución del servicio, las condiciones de resolución de un contrato de duración indefinida, o la existencia de garantía comercial), recuerdan los derechos de que dispone el consumidor (pe., la garantía legal o el derecho de desistimiento) o facilitan el ejercicio de los mismos (pe., procedimiento para atender

⁴ Este modelo de listados informados obligatorios se acoge también en la legislación sectorial: arts. 97 y 152 TRLGDCU, 10.3 y 12.2 Ley 16/2011, 9.1 Ley 4/2012, 3.1 Ley 43/2007, 27.1 Ley 34/2002, 7 Ley 22/2007, Norma 6º de la Circular del Banco de España 5/2012, etc.

⁵ El nuevo art. 60.2 mejora la redacción y extensión de algunas de las menciones existentes, e introduce nuevas menciones obligatorias.

⁶ CARRASCO PERERA las califica de “cáncer en el cuerpo del Derecho de consumo” (“Desarrollos futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de derechos de los consumidores”, en S. CÁMARA LAPUENTE (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, Cizur Menor, Thomson-Civitas, 2012, pg. 314).

⁷ GARCÍA VICENTE, J. R., “La contratación con consumidores”, en R. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (Dir.), *Tratado de Contratos*, 2ª ed., Tomo II, Valencia, Tirant lo Blanch, 2013, pgs. 1670 y 1671.

quejas y reclamaciones). En cualquier caso, estos contenidos exigidos son dinámicos, y pueden variar en función del tipo de contrato, su complejidad, el sector del tráfico, etc.

La información que se suministra debe satisfacer varias características⁸. (i) Ha de ser comprensible y clara. Esto supone que está redactada de tal modo que puede ser aprehendida por un consumidor medio sin que le suponga un esfuerzo excesivo. Para ello es preciso que sea fácilmente perceptible y legible, que sea susceptible de comprensión directa (sin reenvíos a otros documentos), y que se facilite en una lengua que el destinatario pueda comprender (el nuevo art. 60.4 TRLGDCU requiere que se facilite al menos en castellano). (ii) Ha de ser suficiente, esto es, sobre cada una de las menciones obligatorias ha de informarse de todos sus aspectos relevantes, de manera que el consumidor pueda hacerse una idea exacta de los elementos que lo conforman. (iii) Ha de ser veraz, es decir, exacta y ajustada a la realidad. Están prohibidas las informaciones inexactas y las omisiones engañosas, que pueden confundir al consumidor, induciéndole a error (arts. 5, 7 y 19 y ss. de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; arts. 20, 60.1 y 97.2 TRLGDCU). (iv) Ha de facilitarse al consumidor de forma gratuita.

En cuanto a la forma en que ha de suministrarse la información precontractual, el TRLGDCU no exige con carácter general una forma determinada (por eso, cabe la forma verbal). En cambio, en determinados sectores sí se requiere que se haga por escrito o en cualquier soporte de naturaleza duradera⁹. Lo cierto es que la forma escrita favorece al consumidor en un doble sentido: le permite conocer esa información de forma estable, y le sirve para comprobar si lo en ella establecido ha sido finalmente plasmado en el contrato celebrado. Además también favorece al empresario, en la medida que constituye el medio de prueba más fácil para acreditar que ha cumplido su deber de información precontractual. La carga de la prueba del cumplimiento del deber de informar recae sobre el empresario, como ahora establecen los arts. 97.5 y 97.8 TRLGDCU.

⁸ Así se establece, entre otros, en los arts. 17.1, 18, 20, 60.1, 97.1 TRLGDCU, y en otras normas sectoriales.

⁹ Por ejemplo, arts. 10.2 Ley 16/2011, 3.3 Ley 43/2007, 14.2 y 20.2 Ley 2/2009, y 8.2 Ley 4/2012.