

La superación de las dificultades de acceso a la sociedad de información

Dr. Alicia Agüero Ortiz
Profesora Ayudante Doctora
alicia.aguero@uam.es

ÍNDICE

I. Servicios de la sociedad de la información

1. Marco normativo
2. Ley 34/2002, de 11 de julio (LSSI)
3. Dir. 2015/1535 de 9 de septiembre de 2015

II. Deberes informativos en el comercio electrónico

1. Información precontractual con carácter general
2. Información precontractual en los contratos a distancia y fuera del establecimiento
3. Información postcontractual
4. Información postcontractual en contratos a distancia y fuera del establecimiento
5. Información en los contratos financieros a distancia
6. Información en los servicios de pago

III. Requisitos para dar por cumplido el trámite informativo

1. La información tiene que ser *facilitada*
2. Un sitio web ordinario no es «soporte duradero»
3. No es necesario que el contrato de crédito al consumo conste en un único documento ni que esté firmado
4. Enviar un email al correo de banca electrónica no es facilitar información

IV. Acceso a los servicios de atención al cliente

1. Art. 21 TRLGDCU y arts. 6 y 21 Dir. 2011/83
2. ¿Existe obligación del empresario de habilitar un teléfono de atención al cliente?



Universidad Autónoma
de Madrid

I. Servicios de la sociedad de la información

excelencia Campus Internacional **UAM⁺**
CSIC

Marco normativo

- **Directiva 2000/31** de 8 de junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interno → Ley 34/2002, de 11 de julio (LSSI) + Ley 56/2007, de 28 de diciembre (LISI)
- **Directiva 2002/65** de 23 de septiembre de 2002 relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores → Ley 22/2007 de 11 de julio
 - Directiva 2008/48, de 23 de abril de 2008, relativa a los contratos de crédito al consumo (cuando se contraten a distancia) → Ley 16/2011
 - Directiva 2014/17, de 4 de febrero de 2014, sobre los contratos de crédito celebrados con los consumidores para bienes inmuebles de uso residencial (excluida la posibilidad de entregar la información precontractual con posterioridad, considerando 21) → Ley 5/2019
- **Directiva 2011/83** de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores → Ley 3/2014 que modificó el TRLGDCU
 - Los requisitos de información establecidos respecto a los contratos a distancia y fuera del establecimiento mercantil se entienden adicionales a los previstos en la Dir. 2000/31 y prevalece sobre aquella en caso de conflicto normativo (art. 6.8)

Ley 34/2002, de 11 de julio (LSSI), EM II

- Se acoge, en la Ley, un concepto amplio de "servicios de la sociedad de la información", que engloba:
 - la contratación de bienes y servicios por vía electrónica;
 - el suministro de información por dicho medio (como el que efectúan los periódicos o revistas que pueden encontrarse en la red);
 - las actividades de intermediación relativas a la provisión de acceso a la red;
 - a la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones;
 - a la realización de copia temporal de las páginas de Internet solicitadas por los usuarios;
 - al alojamiento en los propios servidores de información, servicios o aplicaciones facilitados por otros o a la provisión de instrumentos de búsqueda o de enlaces a otros sitios de Internet;
 - así como cualquier otro servicio que se preste a petición individual de los usuarios (descarga de archivos de vídeo o audio...), siempre que represente una actividad económica para el prestador.

Art. 1.b) Dir. 2015/1535 de 9 de septiembre de 2015 por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información

- Todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración,
 - «a distancia», un servicio prestado sin que las partes estén presentes simultáneamente,
 - «por vía electrónica», un servicio enviado desde la fuente y recibido por el destinatario mediante equipos electrónicos de tratamiento (incluida la compresión digital) y de almacenamiento de datos y que se transmite, canaliza y recibe enteramente por hilos, radio, medios ópticos o cualquier otro medio electromagnético,
 - Ej. contratación en línea
 - «a petición individual de un destinatario de servicios», un servicio prestado mediante transmisión de datos a petición individual.
 - Ej. excluida la radiodifusión radiofónica o televisiva



Universidad Autónoma
de Madrid

II. Deberes informativos en el comercio electrónico

excelencia Campus Internacional **UAM**
CSIC+

Información precontractual con carácter general

- Antes de iniciar el procedimiento de contratación, el PS debe poner a disposición del destinatario mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre:
 - Trámite de contratación
 - Si archivará el documento electrónico en que se formalice el contrato y si será accesible
 - Medios para corregir errores
 - Lengua/s en las que podrá formalizarse (art. 27.1 LSSI)
- Cuando el PS diseñe específicamente sus servicios de contratación electrónica para ser accedidos mediante dispositivos que cuenten con pantallas de formato reducido, facilite de manera permanente, fácil, directa y exacta la dirección de Internet (art. 27,1, red. LISI)
- Además debe poner a disposición del destinatario las CCGG de manera que estas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario (art. 27.4 LSSI)

Información precontractual en los contratos a distancia y fuera del establecimiento (art. 97 TRLGDCU)

- Antes de quedar vinculado por cualquier oferta o contrato el empresario facilitará la siguiente información:
 - Las características principales de los bienes o servicios;
 - Identidad y dirección del empresario, y el número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico del mismo, cuando proceda, con objeto de que el consumidor y usuario pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz;
 - Precio total, costes de utilización de la técnica de comunicación a distancia para la celebración del contrato,
 - procedimientos de pago, entrega y ejecución (fecha de entrega), duración
 - Condiciones, plazo para desistir y eventuales costes; etc.
- Esta información formará parte integrante del contrato
- Se pondrá a disposición del consumidor de forma acorde con las técnicas de comunicación a distancia utilizadas (CD), o se facilitará en papel o soporte duradero (CFE)
- Técnica comunicación a distancia espacio limitado (art. 98 TR)

Información postcontractual

- El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo, mediante correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente en plazo de 24 h.; por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario (art. 27.4 LSSI)
- Facturas electrónicas: las empresas prestadoras de servicios deberán facilitar acceso a los programas necesarios para que los usuarios puedan leer, copiar, descargar e imprimir la factura electrónica de forma gratuita y serán accesibles incluso cuando hubieran resuelto el contrato (art. 2 bis LISI)

Información postcontractual en contratos a distancia y fuera del establecimiento (arts. 98.7, 99.2 y 100.1 TRLGDCU):

- CD: El empresario deberá facilitar al consumidor la confirmación del contrato celebrado en un soporte duradero y en un plazo razonable después de la celebración del contrato a distancia, a más tardar en el momento de entrega de los bienes o antes del inicio de la ejecución del servicio
 - Toda la información precontractual, salvo que se la hubiera facilitado en soporte duradero previamente
- CFE: El empresario deberá facilitar copia del contrato firmado o la confirmación del mismo en papel o, si este está de acuerdo, en un soporte duradero diferente
- El contrato celebrado sin que se haya facilitado al consumidor y usuario la copia del contrato celebrado o la confirmación del mismo, podrá ser anulado a instancia del consumidor y usuario por vía de acción o excepción
- El empresario ostenta la carga de la prueba

Información en los contratos financieros a distancia (arts. 7, 8 y 9 Ley 22/2007 y arts. 12 y 16 LCCC)

- El proveedor comunicará al consumidor todas las condiciones contractuales, así como la información precontractual, en soporte de papel u otro soporte duradero accesible al consumidor, con suficiente antelación a la posible celebración del contrato a distancia o a la aceptación de una oferta y, en todo caso, antes de que el consumidor asuma las obligaciones
- El incumplimiento de los requisitos relativos a la información previa que se deriven de los contratos podrá dar lugar a la nulidad de los contratos
- En cualquier momento de la relación contractual, el consumidor tendrá derecho, si así lo solicita, a obtener las condiciones contractuales en soporte de papel. Además, el consumidor tendrá el derecho de cambiar la técnica o técnicas de comunicación a distancia utilizadas, salvo que sea incompatible con el contrato celebrado o con la naturaleza del servicio financiero prestado.
- Los contratos de crédito al consumo se harán constar por escrito en papel o en otro soporte duradero y deberá contener la información prevista en el art. 16 LCCC

Información en los servicios de pago (RDL 19/2018, de 23 de noviembre, LSP II)

- El PSP facilitará al usuario de servicios de pago, de un modo fácilmente accesible para él, toda la información y condiciones relativas a la prestación de los servicios de pago (art. 29.1 LSP II)
- El PSP no podrá cobrar al usuario del servicio de pago por el suministro de la información (art. 30.1 LSP II) salvo que se pacte el cobro por comunicaciones adicionales (mayor frecuencia) o medios distintos de los especificados en el contrato marco, siempre y cuando la información se facilite a petición del usuario (art. 30.2 LSP II)
- El PSP deberá proponer cualquier modificación de las condiciones contractuales y de la información de manera clara, individualizada, sin acumularla a otra información o a publicidad, y en papel u otro soporte duradero, con una antelación no inferior a dos meses respecto de la fecha en que entre en vigor la modificación propuesta (art. 33 LSP II)
- El usuario puede aceptar o rechazar por el mismo medio que le sean notificadas (art. 33 LSP II)



Universidad Autónoma
de Madrid

III. Requisitos para dar por cumplido el trámite informativo

excelencia Campus Internacional **UAM**
CSIC+

La información tiene que ser facilitada, no solo puesta a disposición del consumidor

- **STJUE 5/7/2012 (asunto C-49/11, Content Services)**
 - El empresario publica un link en el que se puede clicar para aceptar las CCGG + confirma la contratación y aporta un link en el que se puede clicar para acceder a las CCGG
 - «Recibir» y «facilitar»: remiten a un proceso de transmisión, el primero desde el punto de vista del consumidor y el segundo desde el del proveedor.
 - En un proceso de transmisión de información no es necesario que el destinatario realice ninguna acción particular, basta un comportamiento pasivo del consumidor
 - Por el contrario, en la práctica mencionada, el consumidor sí debe actuar para tener conocimiento de la información, haciendo click en el link
 - *Cuando la información que se encuentra en el sitio de Internet del vendedor sólo es accesible a través de un vínculo comunicado al consumidor, tal información no es ni «facilitada» a ese consumidor ni «recibida» por él*

Un sitio web ordinario no es «soporte duradero»

STJUE 5/7/2012 (asunto C-49/11, Content Services)

- Definición [art. 59 bis f) TRLGDCU]: todo instrumento que permita al consumidor y al empresario almacenar información que se le haya *dirigido personalmente* de forma que en el futuro pueda consultarla durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros, tiene la consideración de soporte duradero, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos, así como los mensajes SMS.
- European Securities Markets Expert Group (ESME) de 2007: «sitios ordinarios» («ordinary websites») y «sitios sofisticados» («sophisticated websites»)
- Sin embargo, el sitio web (ordinario) al que remite el link no permita a este último almacenar la información *dirigida personalmente a él*, de manera que pueda acceder a ella y reproducirla de modo idéntico durante un período adecuado, excluyendo cualquier posibilidad de modificación unilateral de su contenido por el vendedor.

Excepción: espacio/pantallas de formato reducido

STJUE 23/1/2019 (asunto C-430/17)

- La apreciación de si, en un caso concreto, en una técnica de comunicación el espacio o el tiempo para facilitar la información son limitados debe realizarse teniendo en cuenta todas las características técnicas de la comunicación comercial del comerciante
 - teniendo en cuenta el espacio y el tiempo ocupado por la comunicación y el tamaño mínimo del carácter tipográfico que sería adecuado podría presentarse objetivamente en el marco de la citada comunicación.
 - la elección realizada por el comerciante en cuestión, en cuanto a la articulación y el uso del espacio no son pertinentes a efectos de esta apreciación
- El comerciante debe respetar un conjunto mínimo de requisitos de información y remitir al consumidor a otra fuente de información, por ejemplo, facilitando un número de teléfono gratuito o un enlace a una página web del comerciante donde la información pertinente esté directamente disponible y sea fácilmente accesible.

No es necesario que el contrato de crédito al consumo conste en un único documento ni que esté firmado

STJUE 9/11/2016 (asunto C-42/15, Home Credit Slovakia)

- El contrato contiene los elementos esenciales (art. 10.2 DCCC y art 16 LCCC) y fue firmado por ambas partes
- El contrato contenía una cláusula según la cual el consumidor había recibido las CCGG, las aceptaba y formaban parte integrante del contrato
- Estas CCGG no fueron firmadas
- Del art. 10.1 se desprende que el concepto de «papel» se refiere al modo en que se establece el contrato de crédito, sin que se exija la firma del documento, pero el DUE no se opone a que un EEMM lo exija
- La Directiva no exige que los contratos se establezcan en un único documento
- Ahora bien, todos los datos mencionados en el artículo 10.2 deben constar en un documento en papel o en otro soporte duradero y formar parte integrante del contrato de crédito

Enviar un email al correo de banca electrónica no es facilitar información

STJUE 25/1/2017 (asunto C-375/15, BAWAG PSK Bank)

- CCGG «el cliente que contrate e-banking recibirá las comunicaciones y mensajes (en particular, los mensajes relativos a la cuenta, los extractos de cuenta, los extractos de tarjetas de crédito, las comunicaciones de modificación, etc.) que la entidad bancaria debe facilitar al cliente o poner a su disposición mediante correo o a través de una consulta o de una transmisión por vía electrónica en el marco del sistema e-banking de [BAWAG]»
- la información concernida que se transmite mediante un sitio de Internet de banca electrónica puede considerarse facilitada si la transmisión se acompaña de un comportamiento activo de dicho proveedor destinado a poner en conocimiento del usuario la existencia y disponibilidad de la información en el sitio de Internet
 - ej. el envío de un texto o de un correo electrónico a la dirección utilizada habitualmente por el usuario
 - la dirección así elegida no puede ser la correspondiente a ese usuario en el sitio de Internet de banca electrónica gestionado por el PSP pues no es utilizado para la comunicación con otras personas



Universidad Autónoma
de Madrid

IV. Acceso a los servicios de atención al cliente

excelencia Campus Internacional **UAM⁺**
CSIC

Art. 21 TRLGDCU y arts. 6 y 21 Dir. 2011/83

- Las oficinas y servicios de información y atención al cliente serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal y, en su caso, medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos a personas con discapacidad o personas de edad avanzada
- *En caso de que el empresario ponga a disposición de los consumidores una línea telefónica a efectos de comunicarse con él, el uso de tal línea no podrá suponer un coste superior a la tarifa básica. A tal efecto, se entiende por tarifa básica el coste ordinario de la llamada de que se trate, siempre que no incorpore un importe adicional en beneficio del empresario*
- 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

¿Existe obligación del empresario de habilitar un teléfono de atención al cliente?

STJUE 10/7/2019 (asunto C-649/17, Amazon)

- «Contacte con nosotros»: correo electrónico, chat, recibir llamada. No facilita fax y, para llegar al teléfono de AC el consumidor debía responder a diversas preguntas
- La obligación impuesta al comerciante de informar al consumidor de sus números de teléfono y de fax únicamente es exigible si dicho comerciante dispone de tales medios de comunicación (cuando proceda)
- La Dir. 2011/83 no especifica la naturaleza concreta de los medios de comunicación que el comerciante debe instalar, sino que obliga solo a poner a disposición un medio de comunicación que permita ponerse en contacto y comunicarse con el comerciante de forma rápida y eficaz (valorable por el juez nacional)
- Lo contrario sería desproporcionado, en particular, en el contexto económico en el que operan determinadas empresas
- Que el número de teléfono únicamente esté disponible tras proceder a una serie de clicks, no implica que la forma empleada no sea clara o comprensible



Universidad Autónoma
de Madrid

¿DUDAS, CONSULTAS?

excelencia Campus Internacional **UAM⁺**
CSIC



Universidad Autónoma
de Madrid

¡MUCHAS GRACIAS!

Alicia Agüero Ortiz

Profesora Ayudante Doctora de Derecho Civil

Facultad de Derecho

Universidad Autónoma de Madrid • Campus de Cantoblanco •

Calle Kelsen, nº 1 - 28049, Madrid

Tel.: 91 497 7487 – alicia.aguero@uam.es - www.uam.es

excelencia Campus Internacional **UAM**
CSIC+

www.uam.es

