

## **PRÁCTICAS DESLEALES COMERCIALES POR OMISIÓN EN UNA INVITACIÓN A COMPRAR**

Prof. Dr. ÁNGEL GARCÍA VIDAL  
Universidad de Santiago de Compostela

1.- La Directiva sobre las prácticas comerciales desleales [Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) nº 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo] regula en su artículo 7 las omisiones engañosas. A este respecto dispone el legislador comunitario, en el apartado 1 del citado artículo 7, que tendrá la consideración de engañosa “toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado”.

De igual modo, la Directiva presta especial atención en el art. 7.4 a los supuestos en que haya una invitación a comprar, y se omita información, entendiéndose por “invitación a comprar” la “comunicación comercial que indica las características del producto y su precio de una manera adecuada al medio de la comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra” (artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29).

En estos casos, la Directiva establece una serie de extremos que se considerarán información sustancial y que, por lo tanto, no pueden ser omitidos. En efecto, el mencionado precepto establece que se considerará sustancial la información la siguiente información si no se desprende ya claramente del contexto:

“a) las características principales del producto, en la medida adecuada al medio utilizado y al producto;

b) la dirección geográfica y la identidad del comerciante, tal como su nombre comercial y, en su caso, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa;

c) el precio, incluidos los impuestos, o, en caso de que éste no pueda calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza del producto, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, cuando tales gastos no puedan ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que pueden existir dichos gastos adicionales;

d) los procedimientos de pago, entrega y funcionamiento, y el sistema de tratamiento de las reclamaciones, si se apartan de las exigencias de la diligencia profesional;

e) en el caso de los productos y transacciones que lleven aparejado un derecho de revocación o cancelación, la existencia de tal derecho”

2.- Pues bien, las Conclusiones del Abogado General Sr. PAOLO MENGOZZI presentadas el 3 de febrero de 2011, en el asunto C-122/10, *Konsumentombudsmannen KO contra Ving Sverige AB*, invitan al TJUE a sentar una serie de pautas interpretativas sobre la información sustancial y su omisión desleal en las invitaciones a contratar.

De las pautas indicadas por el Abogado General interesa en este momento destacar las dos siguientes.

1) “El artículo 7, apartado 4, letra a), de la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que una invitación a comprar puede mencionar únicamente determinadas características principales del producto de que se trate. Las demás características principales pueden indicarse fuera del medio utilizado para comunicar la invitación a comprar cuando su mención en la propia invitación no sea necesaria (habida cuenta del contexto o del producto de que se trate) o no sea posible (habida cuenta del medio de comunicación utilizado) y si el comerciante, por lo demás, se remite a su sitio en Internet o a otro medio comparable, siempre que el sitio o el medio permitan efectivamente al consumidor acceder a la información adicional sobre las características principales. Corresponde al órgano jurisdiccional remitente apreciar todos estos elementos y comprobar que, en cualquier caso, la omisión en la invitación a comprar de la mención de determinadas características principales no ha impedido al consumidor tomar una decisión sobre una transacción con pleno conocimiento de causa”.

2) “La mención de un precio de partida puede bastar para que se cumpla la exigencia relativa a la obligación de información sobre el precio, en el sentido del artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29, solamente en la medida en que la mención de las modalidades de cálculo del precio final o de los eventuales gastos adicionales y de su cargo no sea necesaria (habida cuenta del contexto o del producto de que se trate) o no sea posible (habida cuenta del medio de comunicación utilizado) y si el comerciante, por lo demás, se remite a su sitio de Internet o a otro medio comparable, siempre que el sitio o el medio permitan efectivamente al consumidor acceder a dicha mención. Corresponde al órgano jurisdiccional remitente apreciar todos estos elementos y comprobar que, en cualquier caso, la omisión en la invitación a comprar de la mención de las modalidades de cálculo del precio final o de los eventuales gastos adicionales y de su asunción no ha impedido al consumidor tomar una decisión sobre una transacción con pleno conocimiento de causa”.