

Estimado/a vecino/a:

Como sabe, desde hace varios años, el Ayuntamiento de Móstoles, a través de la Concejalía de Sanidad, ha emprendido diversas medidas encaminadas a potenciar todos los servicios recibidos por los consumidores.

Desde un prisma irrenunciable de vocación de servicio público, el Gobierno local vela por los derechos de los mostoleños, garantizando su seguridad jurídica e intentando posibilitar las compras que realizan los ciudadanos desde la más absoluta de las legalidades.

En ese contexto, el Consistorio ha editado una Guía Básica de Consumo para Empresas, con la pretensión de que se erija en un elemento de ayuda en las relaciones de los establecimientos con sus clientes.

Se trata de difundir y divulgar entre el empresariado códigos de buenas prácticas, la legislación vigente, así como consejos y recomendaciones, en el entendimiento de que la implicación de los empresarios es indispensable para preservar los derechos y obligaciones de todas las partes.

Estoy seguro de que las empresas darán una gran acogida a esta iniciativa, pues el tejido empresarial de Móstoles colabora activamente en el cumplimiento de todas las normas relativas al consumo.

Esteban Parro del Prado  
Alcalde de Móstoles

La razón de ser de esta Guía deriva de la convicción de la importancia del tejido empresarial para el municipio como uno de los principales motores del desarrollo de la ciudad. Por ello, hemos querido llevar a cabo nuestra aportación mediante una serie de acciones entre las que se incluye la edición de esta Guía. El objeto de la misma es proporcionar la información básica necesaria para que los empresarios conozcan la normativa que regula las relaciones con los consumidores, teniendo así la oportunidad de adaptarse a ella, generando como resultado una mayor confianza de los consumidores que verá su reflejo en la fidelización y mayor afluencia de éstos a las empresas de nuestro municipio. De este modo, a la vez que supone un beneficio para las empresas, lo es también para los consumidores.

Sólo nos resta invitaros a participar de las iniciativas que, como ésta, pretenden una mejora general de la situación del comercio de nuestra localidad desde el respeto de los derechos de los consumidores.

Paloma Tejero Toledo  
Concejala Delegada de Sanidad  
e Igualdad de Oportunidades

Elena López Baraya  
Concejala Delegada de Economía

## 1.- ¿EL CONSUMIDOR SIEMPRE TIENE RAZON?

La pregunta que sirve de enunciado a este apartado, constituye el punto de partida para, a lo largo de las líneas siguientes, y a medida que ésta se vaya contestando, determinar las bases que deben inspirar las relaciones entre los consumidores y las empresas.

### 1.A.- Las relaciones de consumo.

Desde el punto de vista legal son relaciones de consumo las que se establecen entre un consumidor y un empresario o profesional. Para hablar de relación de consumo no es necesario que se haya producido un acto de compra o de contratación de un servicio. Así, por ejemplo, consideramos relación de consumo una posible consecuencia derivada para los consumidores de la emisión de una publicidad por una determinada empresa.

No se consideran relaciones de consumo cuando se trata de dos empresas o de dos consumidores.

### 1.-B.- Porqué de la normativa protectora de los consumidores.

Existe una normativa aplicable a las relaciones de consumo. Se trata de una normativa que protege únicamente a una de las partes de la relación: el consumidor. Esto que en un principio pudiera parecer injusto, obedece a una razón y no es otra que la existencia de un desequilibrio en las posiciones de ambas partes: consumidor y empresario o profesional. Es claro que el empresario o profesional dispone de conocimientos sobre el sector en el que desarrolla su actividad y sobre los productos o servicios que comercializa, de los que el consumidor carece. De otro lado, el consumidor paga con dinero de curso legal mientras que el producto o servicio puede en casos no estar disponible o adolecer de algún tipo de defecto. De ello se deriva que las partes no estén en igualdad de condiciones a la hora de contratar.

Esta situación de desequilibrio es la que se trata de compensar por parte de los poderes públicos aprobando normas protectoras de los consumidores y creando organismos de defensa de los intereses de los mismos.

No obstante estas normas recogen en la mayoría de los casos cuestiones que entran dentro de la lógica y de lo que cualquiera puede esperar cuando contrata con un empresario o profesional.

### 1.C.- El consumidor en etapas.

Para comprender las relaciones de consumo que se establecen en la actualidad entre los consumidores y las empresas o profesionales debe tenerse en cuenta la evolución experimentada en la actitud del consumidor desde el momento en que el Estado español se plantea la necesidad de establecer para éstos una protección específica hasta la actualidad.

La preocupación por la protección de los consumidores en España se sitúa a partir del problema surgido con el aceite de colza, aunque ya existían algunas tímidas iniciativas anteriores. Por lo tanto, en aquel momento, la normativa manifiesta una especial preocupación y vinculación con aspectos alimentarios. El consumidor de entonces, desde luego, no era consciente de su posición como tal en el mercado y, por lo tanto, desconocía que tiene unos derechos que deben ser respetados.

A partir del momento en que los derechos de los consumidores se recogen normativamente, se ha experimentado una progresiva evolución. De un lado se separan los aspectos alimentarios de los no alimentarios de manera que en la actualidad los organismos de Consumo se ocupan esencialmente de los segundos. De otro la evolución se aprecia en la actitud del consumidor, de manera que hoy día no ignora que le amparan unos derechos y no duda en exigir el cumplimiento de los mismos. Sin embargo, en muchos casos, este conocimiento alcanza solo a algunos aspectos que son objeto de protección. Además los consumidores sólo se preocupan de hacer respetar sus derechos cuando se les plantea un conflicto con una empresa o profesional, es decir, no tienen la precaución de reflexionar sobre los mismos antes de llevar a cabo un acto de consumo. Esto lleva al consumidor, a menudo, a cometer errores que originan situaciones de difícil resolución.

Por lo tanto, lo deseable para todos y para un futuro próximo sería que el consumidor evolucionase hacia un grado de responsabilidad con respecto a su posición en el mercado. Así, tendría una actitud encaminada a la prevención de los conflictos, informándose antes de llevar a cabo determinados actos de consumo, especialmente los que conllevan una inversión económica importante.

## 2.- CONTRATACION CON CONSUMIDORES.

### 2.A.- Cada acto de compra o prestación de servicio supone la celebración de un contrato.

Es importante saber que cada acto de compra o de prestación de un servicio significa la realización de un contrato, aunque los contratos no sean escritos no por ello dejan de ser contratos. La consecuencia de esto es que los cuales deben ser respetados sin que una de las partes, por su sola voluntad, pueda deshacer dicho contrato entre un consumidor y un empresario.

Lo anterior nos lleva a analizar una cuestión sobre la que existe una gran desinformación, que es la relativa a la devolución por parte del consumidor de los productos adquiridos que no adolecen de ningún tipo de defecto. Existe la creencia de que el consumidor tiene derecho a devolver los productos adquiridos durante un determinado periodo si se arrepiente de la compra realizada. Esta creencia es falsa: la empresa no tiene obligación de aceptar la devolución de un producto comprado salvo que se de alguna de estas dos circunstancias:

- Que el producto sea defectuoso (mas adelante veremos lo que establece la normativa en este caso).
- Que la empresa ofrezca públicamente y de forma voluntaria la posibilidad de devolver los productos adquiridos. Puesto que este ofrecimiento es voluntario, será la empresa quien establezca las condiciones en que debe producirse la devolución y a qué tiene derecho el consumidor a cambio. Por ejemplo puede establecerse que es necesario que el producto debe estar en perfectas condiciones, debe conservar las etiquetas...o que se entregará un vale, etc.

Excepciones: hay algunos contratos para los que la normativa establece que el consumidor dispone de un plazo para realizar la devolución sin tener que alegar causa alguna. Se trata de contratos en los que por la forma de celebración el consumidor precisa un plazo de reflexión ( por ejemplo: contratos a distancia, por internet, contratos celebrados a domicilio o en lugares distintos al establecimiento). Este derecho se denomina derecho de desistimiento.

Los contratos sujetos al derecho de desistimiento deben incorporar (al menos en la copia del consumidor) un documento para que el consumidor pueda hacer efectivo este derecho así como la forma de ejercitarlo y dónde.

### **2.B.- La normativa de consumo indica que se debe entregar justificante de todas las operaciones realizadas con consumidores si éste lo solicita.**

Hemos indicado en el apartado anterior que las operaciones realizadas con consumidores suponen la celebración de un contrato que en la mayoría de los casos no está escrito. Esto último conlleva la dificultad de probar que se ha llevado a cabo el acto de compra o de contratación del servicio y sus circunstancias. Por ello, la normativa obliga a que se entregue un documento justificativo de la operación. Dicho documento será una factura o tique. El comercio minorista solo tiene obligación de entregar factura cuando así lo exija el consumidor o en determinados sectores en que lo impone la norma como es el caso de los talleres de reparación de vehículos o los servicios prestados a domicilio.

Además, hay operaciones desarrolladas entre el empresario o profesional y el consumidor previas o posteriores a la contratación que suponen la obligación del empresario de entregar un documento justificativo. Hablamos, entre otros, de los presupuestos y de los resguardos de depósito. (Ver apartado nº3 Los Documentos)

### **2.C.- La publicidad.**

Toda la publicidad emitida por un empresario o profesional le vincula, aunque su contenido no aparezca posteriormente en el contrato. De esta manera, el consumidor podrá exigir que se cumpla lo ofrecido en la publicidad.

Por ello no son válidas las frases introducidas en la publicidad que traten de eximir a la empresa del cumplimiento de la publicidad. Únicamente se permite cuando hacen referencia a aspectos decorativos y siempre que no se refieran a elementos esenciales.

## **3.- LOS DOCUMENTOS.**

### **3.A.- Facturas y tiques.**

Establece la normativa que el consumidor tiene derecho a obtener factura de las compras realizadas o servicios prestados si lo solicita con excepción de la venta a través de máquinas automáticas y transacciones de ínfima cuantía. Esto es independiente de las obligaciones en cuanto a la facturación impuestas por la normativa tributaria.

Las facturas deben tener un contenido mínimo:

- Número de factura y en su caso serie.
- Fecha de expedición.
- Nombre y apellidos y razón social completa del expedidor. (del destinatario solo para empresas).
- Domicilio del expedidor y del destinatario.
- C.I.F o N.I.F. del expedidor.
- Cantidad abonada.
- Concepto por el que se satisface la cantidad.
- Tipo impositivo aplicado.

En determinados casos las facturas pueden ser sustituidas por tique:

Cuando el importe de las siguientes operaciones no exceda de 3.000 euros las facturas pueden ser sustituidas por tiques expedidos por máquinas registradoras:

- Ventas al por menor.
- Venta de servicios.
- Servicios a domicilio del consumidor.
- Transportes de personas y sus equipajes.
- Servicios prestados en bares, cafeterías y similares.
- Suministro de comidas y bebidas para consumir en el acto.
- Servicios prestados en discotecas.
- Servicios prestados mediante cabinas telefónicas.
- Servicios de peluquerías y belleza.
- Uso de instalaciones deportivas.
- Revelado de fotos.
- Servicios de aparcamiento.
- Alquiler de películas.
- Demás autorizados.

Contenido mínimo de los tiques:

- Número y en su caso serie.
- Fecha de expedición.
- Nombre y apellidos, razón social y C.I.F o N.I.F. del expedidor.
- Cantidad abonada.
- Concepto por el que se satisface la cantidad.
- Tipo impositivo aplicado o la expresión IVA incluido.

### 3.B.- Presupuestos.

El consumidor tiene derecho a conocer antes de contratar el importe de los productos o servicios de que se trate. Por ello, además de las obligaciones que tienen las empresas y profesionales con respecto al marcado de precios, el consumidor tiene derecho a presupuesto si así lo solicita (salvo los casos en que la norma determina que es obligatorio salvo renuncia del consumidor).

El contenido del presupuesto solo se regula para determinados sectores, pero como mínimo debe contener:

- Identificación de la empresa y del consumidor.
- Producto o servicio de que se trate describiendo todas sus características y circunstancias especiales.
- Otros conceptos (transporte, montaje, etc).
- Precio sin IVA, IVA y precio total.
- Plazo de validez del precio u oferta consignado en el presupuesto.

La factura debe coincidir con el presupuesto en los conceptos y en el importe.

### 3.C.- Resguardos de depósitos.

Es el documento que debe entregarse al consumidor cuando este hace el depósito de un producto en el establecimiento. Los motivos de dicho depósito pueden deberse al tipo de servicio prestado: tintorerías, reparaciones, etc. o bien porque el producto tenga algún defecto y se entregue para su comprobación.

Contenido mínimo de los resguardos de depósito:

- Identificación del producto entregado.
- Identificación del depositario (establecimiento).
- Identificación del depositante.
- Operación a realizar.
- Fecha.

El resguardo de depósito permite a la empresa especificar el estado en que se entrega el producto a efectos de salvaguardar su responsabilidad posterior.

## 4.- PRECIOS Y FORMAS DE PAGO.

### 4.A.- Los precios.

Salvo supuestos específicos los precios de los productos o servicios son libres, de manera que el empresario o profesional fija los precios que tenga por conveniente.

Con el fin de respetar el derecho de los consumidores de conocer el precio de los productos o servicios que contrata, éstos deben estar expuestos, bien en cada producto o grupo de productos o bien por servicio, horas de trabajo, etc.

Los precios de los servicios o trabajos realizados deben estar expuestos al público mediante carteles incluyendo la relación de servicios ofertados y el precio total de cada uno de ellos, así como si son precios con o sin IVA.

### 4.B.- Los vales de compra.

Es frecuente que los establecimientos que permiten realizar devoluciones de productos, en lugar de reintegrar el importe en metálico, ofrezcan vales de compra.

Los vales deben estar formalizados por escrito en un documento que se entregará al consumidor y permiten a éste adquirir productos en el mismo u otros establecimientos.

El establecimiento es quien determina las condiciones de utilización de dichos vales pudiendo determinar limitaciones con relación al tiempo de validez, sobre qué tipo de productos opera o si deben respetarse determinadas formalidades.

En ausencia de especificaciones concretas se debe entender que no existen límites para el uso del vale.

Para hacer uso del vale resulta necesario exhibir el documento.

### 4.C.- Medios de pago.

El consumidor debe tener en cuenta que el valor del billete con que abone un producto o servicio debe ser adecuado al precio del mismo, de manera que no resultaría conforme a la buena fe el abono de productos con billetes de importe muy superior al precio de los mismos.

No obstante, las prohibiciones genéricas de pago con billetes o monedas de determinada cuantía, no son conformes con la legalidad. Sin embargo, sí es posible establecer dichas limitaciones referidas a compras por encima o por debajo de determinado importe.

Con relación al número de monedas que pueden ser entregadas para un pago, el Banco de España establece en cincuenta unidades el límite máximo de monedas que se está obligado a aceptar en un pago individual. Este tope de cincuenta monedas por pago no afecta a las cajas públicas, que están obligadas a aceptar monedas sin limitación.

### EXCEPCIONES A LA NORMA GENERAL:

Se permite que los reglamentos de determinados servicios establezcan límites en relación con el valor de los billetes con los que se abona dicho servicio. Así ocurre en algunos transportes públicos o con respecto a los taxis.

Otra excepción la constituyen las gasolineras en las cuales y a fin de permitir las devoluciones y cambios necesarios, cada empleado de las estaciones de servicio y unidades de suministro de combustibles y carburantes sólo podrá tener en su poder, o, en el caso de autoservicio, en la caja registradora, la cantidad de dinero que fije el Ministerio del Interior. Además, las estaciones y unidades de suministro podrán disponer, advirtiéndolo al público usuario mediante carteles situados en lugares visibles, que sólo se despachará combustible por cantidades determinadas de dinero, de forma que puedan ser abonadas por su importe exacto sin necesidad de efectuar cambios.

### 4.D.- Pago con tarjeta.

En lo que se refiere a la posibilidad de pago con tarjetas de crédito o débito, los establecimientos no están obligados a aceptar esta forma de pago ya que supone que el establecimiento a su vez haya suscrito un contrato con una o varias entidades gestoras de los sistemas de pago, contrato que supone un coste económico. Por lo tanto, sólo resultará posible el pago con tarjeta si el establecimiento así lo hace constar exhibiendo distintivos de los sistemas de pago con tarjeta que tiene contratados. Aceptado el pago con tarjeta, es posible que se determinen limitaciones con respecto a la cuantía mínima admisible para el uso de esta forma de pago. Si no se establecen limitaciones perfectamente visibles al público el pago con tarjeta debe ser admitido en todos los casos, incluso en periodo de rebajas.

En ningún caso el pago con tarjeta puede suponer para el consumidor un incremento en el precio del producto con respecto al que está expuesto.

## 5.- DERECHO DE ADMISIÓN.

Es la facultad que tienen los titulares de los establecimientos de determinar las condiciones de acceso a los mismos, dentro siempre de los límites legales.

La limitación del derecho de admisión no puede nunca basarse en discriminación por razón de raza o condición. Debe ser aplicable a todos y no puede depender de la decisión aleatoria del titular o un empleado del establecimiento.

La utilización de este derecho tiene que estar acompañada por la exposición en lugar visible de carteles o publicidad en los accesos a los locales. Tales carteles deberán establecer las condiciones de acceso al establecimiento.

Esto significa que no son válidos los carteles en los que se hace constar únicamente “reservado el derecho de admisión”.

## 6.- LAS HOJAS DE RECLAMACIONES.

Las Hojas de Reclamaciones son documentos emitidos por diferentes Administraciones Públicas y de obligatoria tenencia y puesta a disposición por parte de las empresas. La Hoja de Reclamación formulada por un consumidor, únicamente hace constancia de una discrepancia existente entre el consumidor y la empresa sin que el mero hecho de rellenarla suponga que la Administración debe actuar a favor del consumidor.

No es suficiente con que las empresas dispongan de las Hojas sino que deben tenerlas a disposición de los consumidores que las soliciten.

No es necesario que se haya llevado a cabo un acto de compra para tener derecho a pedir una Hoja de Reclamación.

Cuando un consumidor solicita una Hoja, el empresario debe proporcionársela y debe rellenar los datos correspondientes a la empresa. El consumidor deberá rellenar la Hoja dentro del propio establecimiento. La empresa podrá, voluntariamente, hacer alegaciones en la misma. Una vez rellenada deberá entregarse al consumidor el “*ejemplar para el consumidor*” y el “*ejemplar para la administración*” quedándose el “*ejemplar para la empresa*” en poder de ésta. Será el consumidor quien tramite la Hoja ante el organismo competente.

A la tenencia y puesta a disposición de la Hoja de Reclamación se acompaña, en la mayoría de los casos, la obligación de colocar en lugar visible un cartel informativo sobre la tenencia de las mismas.

Para obtener las Hojas de Reclamaciones deberá tenerse en cuenta el sector de que se trate ya que de ello dependerá el organismo que las emita. Con carácter general será el Ayuntamiento a través del Area de Consumo, salvo los sectores que deben obtener las Hojas a través de otros organismos. Para obtener las Hojas de Reclamaciones y el Cartel informativo expedidos por el Ayuntamiento de Móstoles se exige acreditar que se dispone de licencia de actividad o solicitud de la misma y de alta censal (modelo 036 ó 037 de Hacienda).

Otros organismos competentes para facilitar Hojas de Reclamaciones:

- Talleres de reparación de vehículos.-DIRECCION GENERAL DE INDUSTRIA.
- Establecimientos de hostelería, espectáculos y agencias de viaje.- DIRECCION GENERAL DE TURISMO.
- Establecimientos sanitarios.- SERVICIO REGIONAL DE SALUD DE LA COMUNIDAD DE MADRID.
- Puestos en el mercadillo.- DIRECCION GENERAL DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID.
- Máquinas recreativas.- DIRECCION GENERAL DE RELACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA.
- Farmacias.- DIRECCION GENERAL DE FARMACIA.
- Feriantes.- DIRECCION GENERAL DE RELACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA Y POLÍTICA INTERIOR.
- Autoescuelas.- JEFATURA PROVINCIAL DE TRAFICO.

## 7.- LAS GARANTIAS.

La normativa prevé la existencia de dos tipos de garantías: la garantía legal y la garantía comercial.

### 7.A. Garantía legal

La garantía legal: impone al vendedor la obligación de responder frente al consumidor por los defectos o faltas de conformidad que presenten los productos vendidos, durante el plazo de dos años a contar desde la entrega del producto, aunque si el defecto es de fabricación el vendedor podrá repercutir el coste económico al fabricante.

El periodo de duración de la garantía legal se divide en dos:

- 1.- Si el defecto surge en los seis primeros meses desde la entrega del producto, se entiende que el defecto es de origen, de modo que si la empresa entiende que ha habido un mal uso o manipulación indebida deberá probarlo suficientemente.

2.- Si el defecto surge pasados los seis primeros meses, será el consumidor el que deberá probar que no ha habido un mal uso o manipulación indebida.

Una vez que quede claro que el producto tiene un defecto el consumidor tendrá derecho a que éste sea reparado, y si no es posible, tendrá derecho a la sustitución o a la devolución de lo que pagó. Pero si la reparación no soluciona el problema y vuelve a aparecer el defecto en los seis meses siguientes, el consumidor tendrá derecho a un producto nuevo o a la devolución del importe pagado.

### 7.B. Garantía comercial.

La garantía comercial: tiene carácter voluntario. El obligado por ella es quien la emite. El contenido se determina por quien la emite pero debe ofrecer siempre al consumidor un beneficio añadido con respecto a la garantía legal, ya sea estableciendo un plazo mas largo, ya sea con mayores derechos etc. Debe constar siempre por escrito.

## 8.- COMO TRATAR LOS CONFLICTOS.

El objetivo, una vez surgido el conflicto, es que la empresa no pierda a su cliente a pesar de ello. Por esto es conveniente intentar una solución y si el consumidor solicita una Hoja de Reclamación, es conveniente entregársela sin ningún tipo de reticencia aunque se crea que no tiene razón. El establecimiento podrá formular si lo desea alegaciones en la propia Hoja.

*En Móstoles la Administración con competencias en materia de Consumo y que se encarga de la tramitación de las reclamaciones es el Ayuntamiento a través del Área de Consumo (Concejalía de Sanidad e Igualdad de Oportunidades) que se encuentra en la Cl. Huesca, nº 15.*

### 8.A.- Mediación y arbitraje.

El Area de Consumo del Ayuntamiento de Móstoles cuando recibe una Hoja de Reclamación, una vez admitida a trámite, pondrá en marcha los mecanismos para tratar de resolver los conflictos.

En primer lugar se llevará a cabo la denominada **Mediación** remitiéndose a la empresa toda la documentación que conforma la reclamación y concediéndole un plazo para que formule alegaciones y propuesta de solución al conflicto si lo desea.

La empresa es libre de contestar o no. Si lo hace puede ser para proponer una solución o para indicar que no esta de acuerdo con lo manifestado por el consumidor.

