

Ventas a distancia y fuera de establecimiento



José Ramón
Lozano Petit



FEDERACIÓN
DE LA UNIÓN NACIONAL
DE CONSUMIDORES
Y AMAS DE HOGAR
DE ESPAÑA

Manual práctico para el consumidor y usuario nº 103

Ventas a distancia y fuera de establecimiento

En la última década el modelo de ventas a distancia ha ido adquiriendo más fuerza, en la medida en la que la propia sociedad ha ido evolucionando por el **ritmo de vida, los horarios laborales y el cambio de mentalidad hacia las nuevas tecnologías**, lo que ha aumentado considerablemente la compra y contratación de servicios por esta vía.

Pero **el consumidor medio aún no es consciente de los derechos que tiene al realizar este tipo de compras o contrataciones**, ni conoce las **condiciones legales de la transacción**, las consecuencias que puede tener en caso de realizarse con **empresas poco fiables** o residenciadas **fuera de la Unión Europea**, ni las diferencias que existen con las compras y contrataciones convencionales.

Internet y ventas a distancia

España nunca ha sido un país con mucha tradición de ventas a distancia, a diferencia de los anglosajones y

nórdicos, donde la **venta por catálogo** siempre ha estado muy arraigada. Posteriormente, con el auge de las televisiones privadas surgió el fenómeno de la **teletienda**, donde se promocionaba la venta de determinados productos por teléfono, pagando generalmente mediante tarjeta de débito, de crédito o de determinados establecimientos comerciales.



Todo parecía indicar que el fenómeno de la compra a distancia estaba destinado a estancarse pero, desde la aparición de **Internet**, su evolución ha sido exponencial, ya que la red creó múltiples posibilidades de venta a distancia, aprovechadas inicialmente por las nuevas generaciones, más acostumbradas a utilizar las nuevas tecnologías.

Pero la última revolución se produjo con la integración de Internet en los terminales móviles y tablets, con pantallas más grandes en las que navegar cómodamente, y el acceso a las redes 4G. Y finalmente aparecieron las aplicaciones móviles o APPs, creadas específicamente para simplificar y agilizar aún más la experiencia de navegación, localización de intereses y compras, con utilidades que avisan del stock de los artículos deseados, de ofertas, rebajas o nuevos modelos, y un sinfín de utilidades que contribuyen a facilitar las compras a distancia. Incluso los propios fabricantes y vendedores fomentan la venta a distancia, ofreciendo ofertas especiales sólo si se adquieren por este medio u ofreciendo productos sólo accesibles a distancia, ofertas en períodos de tiempo muy limitados, etc.

Ventas fuera de establecimiento

Son ventas fuera de establecimiento mercantil las que se realizan entre un empresario y un consumidor en un lugar distinto de un local comercial (por ejemplo, en una reunión en un hotel, en una excursión preparada para realizar una venta, en la vivienda o en el puesto de trabajo del consumidor, etc.).

Antes de la firma del contrato, el consumidor debe **recibir en papel** o, si estuviera de acuerdo, en un **soporte duradero**

(SMS, correo electrónico, etc.), al menos, la siguiente información:

- Identidad y dirección del establecimiento del empresario, número de teléfono, fax y correo electrónico.
- Características del bien o servicio.
- Precio total, incluidos los impuestos, tasas y, en su caso, los gastos adicionales de transporte o entrega.
- Forma de pago, fecha y modalidades de entrega o ejecución.
- Información sobre las condiciones, el plazo y el procedimiento para ejercer el derecho de desistimiento, indicando quién asume los gastos de la devolución.
- Información sobre garantías (el plazo mínimo legal es de **dos años**) y servicios postventa.

El contrato debe formalizarse **por escrito** y, una vez firmado, el vendedor debe entregar al consumidor una copia o confirmación en papel u otro soporte duradero de su celebración. El contrato debe incluir un **formulario de desistimiento**, con el que el consumidor puede anular el contrato sin necesidad de justificación y sin penalización.

Si el contrato firmado no respeta estas condiciones el consumidor puede pedir que se anule. En caso de conflicto, el empresario debe probar que ha cumplido con dichas obligaciones.

Ventas a domicilio

Algunas empresas también realizan ventas a domicilio, e incluso a veces ofrecen entregar un regalo a cambio de contes-

tar unas preguntas o informar sobre sus productos, pero los comerciales suele intentar que se adquiera algún artículo, incluso con **técnicas de venta muy agresivas o coercivas**.

Además la compra suele ir acompañada de un **contrato de crédito**, destinado a financiar el precio de los productos adquiridos, lo que implica abonar mensualmente la cuota establecida durante el periodo de aplazamiento del pago.

En estos casos, el consumidor tiene derecho a:

- Que se le informe claramente de las principales características de las colecciones de libros u otros artículos que se ofrezcan.
- Que en el contrato esté identificada la empresa con la que se contrata, y que se menciona su domicilio social.
- No informar al comercial sobre los recursos económicos de que disponga (por ejemplo, la pensión que pueda percibir).
- No contratar aquellos artículos o servicios no deseados, y no facilitar datos bancarios si no quiere contratar.
- Que todos los artículos adquiridos, así como los regalos que no tengan carácter perecedero, gocen de la garantía legal de dos años establecida para los bienes de consumo duradero.
- Que en el contrato no debe figurar la conformidad con los artículos y regalos si aún no se han entregado o no se ha



podido comprobar que no tienen tara o defecto alguno.

- Que se entregue un ejemplar del contrato suscrito, del de financiación en su caso, y el denominado documento de desistimiento o de revocación.

Ventas a distancia

Venta a distancia es la que se realiza **sin la presencia física simultánea del comprador y el vendedor**. La oferta y la aceptación de la compra se realiza exclusivamente a través de una comunicación a distancia y de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor. Los medios más habituales para llevar a cabo este tipo de ventas son: la venta por catálogo, los contratos celebrados por teléfono, Internet, radio, televisión o teletienda, anuncios en prensa con cupón de pedido, etc.

Las empresas que practican este tipo de comercio en territorio español deben estar inscritas en el **Registro de empresas de ventas a distancia** de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad.



Cualquier **oferta de venta** a distancia debe incluir los siguientes datos:

- Identidad y dirección del proveedor.
- Características especiales del producto.
- Precio, incluidos los impuestos, tasas y gastos adicionales, y en su caso, gastos de transporte, debidamente se-

parados.

- Forma de pago, fecha y modalidades de entrega o de ejecución.
- Plazo de validez de la oferta.
- El documento de desistimiento o revocación, junto con sus condiciones y modalidades.
- Duración mínima del contrato, cuando se trate de contratos de suministro de productos o servicios que se extiendan a lo largo del tiempo, así como las condiciones de rescisión del contrato.
- Información sobre las oficinas y servicios de información y atención al cliente.
- Información relativa a los servicios postventa y a las garantías (el plazo mínimo legal es de dos años).

En las **comunicaciones telefónicas**, es necesario concretar, al principio de la llamada al comprador, la siguiente información:

- Identidad del vendedor.
- Que la llamada tiene una finalidad comercial.
- Que tiene derecho a oponerse a recibir nuevas ofertas y, si el consumidor lo solicita, en el plazo de un mes se le debe facilitar un justificante de haber manifestado esa oposición.

No se aplican las normas de la venta a distancia, entre otros, en estos casos:

- Si la venta se realiza mediante distribuidores automáticos o a través de locales comerciales automatizados.

- Si se realiza a través de subasta, salvo si se efectúa por vía electrónica.
- Si se trata de contratos de suministro de alimentos, bebidas u otros bienes del hogar de consumo corriente suministrados en el domicilio del consumidor, por distribuidores que realicen visitas frecuentes y regulares.
- Si los contratos son en relación a servicios financieros, compraventa y alquiler de vivienda, viajes combinados, transporte de viajeros y juegos de suerte, envite y azar.

Únicamente queda confirmada la transacción **si el consumidor acepta la oferta por escrito con su firma** o envía su acuerdo en papel, correo electrónico, fax o SMS. **Está prohibido enviar productos no pedidos** por el consumidor pero, si se le envían, no está obligado a devolverlos ni a pagarlos.

Salvo acuerdo en contrario, **el plazo de entrega debe ser de 30 días naturales desde que el comprador solicita el pedido**. Si el producto solicitado no estuviese disponible, se debe avisar al comprador para que pueda pedir la devolución del importe. Si no se avisa, el comprador puede reclamar el doble de la suma que se le debe.



El **comercio electrónico** es una modalidad de venta a distancia donde la compra y la venta de bienes o servicios se realizan a través de **Internet**. En este tipo de compras se **prohíben las cargas encubiertas**, y el usuario debe **aceptar el precio final antes de terminar la transacción**.

Si el importe de una compra o de un servicio hubiese sido **cargado fraudulenta o indebidamente utilizando el número de una tarjeta de pago**, el consumidor y usuario titular de ella podrá **exigir la inmediata anulación del cargo**. En tal caso, las correspondientes anotaciones de adeudo y reabono en las cuentas del empresario y del consumidor y usuario titular de la tarjeta se efectuarán a la **mayor brevedad**. En caso contrario, el consumidor quedará obligado frente al empresario al **resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados** como consecuencia de dicha anulación.

Derecho de desistimiento

El derecho de desistimiento de un contrato es la **facultad del consumidor y usuario de dejar sin efecto el contrato celebrado**, notificándose a la otra parte contratante en el **plazo de 14 días naturales**, desde que reciba el producto o desde que firme el contrato de prestación de servicios, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase.



Aunque la revocación puede hacerse de cualquier forma, siempre que **se acredite su envío**, por ejemplo a través de **telegrama o burofax**, pues corresponde al consumidor probar que ha ejercitado su derecho, se aconseja el uso del **documento de desistimiento que debe incluirse con el contrato**, donde se indica el nombre y la dirección de la persona

a quien debe enviarse, así como los datos sobre la identificación del contrato y de las partes contratantes.

El empresario dispone de un plazo de 14 días desde que tiene conocimiento de la decisión del usuario para **devolver todas las cantidades pagadas, incluidos los gastos de envío**, utilizando el mismo medio de pago empleado por el consumidor o el que sea de su preferencia. El consumidor, por su parte, debe devolver el producto pero la empresa no puede exigir compensación económica alguna por desistir del contrato.

Si el empresario no informa correctamente y tampoco aporta la documentación sobre el derecho de desistimiento, el plazo del que dispone el consumidor

para ejercerlo **se amplía a 12 meses**, a contar desde la fecha en que se entregó el producto o, si se trata de una prestación de servicios, desde el día que se celebró el contrato. Si el consumidor recibe la información y la documentación a lo largo de esos 12 meses, el plazo de 14 días para renunciar empieza a contar desde ese momento.

Los contratos celebrados **fuera de establecimiento** no pueden incluir cláusulas que obliguen al consumidor a renunciar a ese derecho de desistimiento o que penalicen su ejercicio.

Por último, si se desiste de un contrato para el que se ha solicitado **financiación mediante un crédito** (ya sea concedido por el mismo empresario o por un tercero de acuerdo con



éste), el desistimiento del contrato también **implica la cancelación del crédito sin ninguna penalización**.

Finalmente, **no se puede aplicar el derecho de desistimiento**, entre otras, a las compras de productos:

- Cuyo precio pueda variar sustancialmente en el mercado;
- Las que se han efectuado de acuerdo a las especificaciones del comprador;
- Las de artículos que debido a su naturaleza no puedan ser devueltos, se deterioren o caduquen con rapidez;
- Y las de grabaciones sonoras, audiovisuales y prensa o revistas.

Spam telefónico

La Ley limita el **acoso telefónico** que sufren muchos consumidores por parte de numerosas compañías, pues desde la primera llamada en que se realice

una **oferta comercial** se debe **informar al usuario de su naturaleza** y de la posibilidad de **rechazar recibir más llamadas**. Además, para respetar la intimidad de las personas, se **prohiben estas llamadas entre las 21:00 y las 9:00**, así como los **fines de semana y festivos**.



Las cookies y la protección de datos

El comercio electrónico es uno de los pocos sectores de la economía que continúa creciendo, y gran parte de la inversión se realiza en el sector de la **publicidad online** a través de las *cookies*.



Estas son herramientas esenciales para la prestación de muchos servicios de la sociedad de la información, que facilitan la navegación del usuario y ofrecen una publicidad basada en ocasiones en sus hábitos de navegación. Pero la utilización de las *cookies*, al suponer la **descarga de un archivo o dispositivo en el equipo terminal** de un usuario para almacenar y recuperar datos que se encuentran en ese equipo, tiene **implicaciones importantes en relación con su privacidad**.

Por este motivo, la industria debe garantizar que el uso de las *cookies* **respete siempre la privacidad de los usuarios**. Obtener la confianza de los usuarios implica una **obligación de información previa y detallada** para que sean conscientes de que sus hábitos de navegación en ocasiones van a ser conocidos por prestadores de servicios en Internet, para que puedan valorar sus ventajas e inconvenientes y que sepan **cómo gestionar su aceptación o rechazo**.

Por eso, la normativa comunitaria y nacional requiere la **obtención de un consentimiento informado** con el fin de asegurar que los usuarios son conscientes del uso de sus datos y de las finalidades para las que son utilizados. Este consentimiento puede ser revocado en cualquier momento, y debe

indicarse de forma accesible y permanente cómo eliminar las cookies a través de la web que presta el servicio, y de sus consecuencias, por ejemplo, sobre la funcionalidad de la página.

Publicidad

El envío de comunicaciones comerciales **sólo está permitido si existe una relación previa entre el emisor y el receptor**. Además, los datos de contacto del receptor deben obtenerse de forma lícita y utilizarse únicamente para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de la propia empresa y de características similares a los que inicialmente motivaron la contratación con el cliente. En cualquier caso, se debe **ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos** mediante un procedimiento sencillo y gratuito. Existe un servicio gratuito conocido como **listas Robinson**, donde se pueden apuntar los particulares que no deseen recibir publicidad en sus buzones de correo electrónico.

Confianza on line

Para que el consumidor pueda confiar en sus relaciones con las empresas dedicadas al comercio electrónico, la Administración pública ha creado un distintivo que sólo pueden exhibir **las empresas adheridas a un código de conducta**, destinado a mejorar los derechos legalmente reconocidos al consumidor. Además, ostentar este distintivo supone que la empresa está



adherida al **Sistema Arbitral de Consumo**, una vía de resolución extrajudicial de conflictos que pone al servicio del consumidor una vía rápida, sencilla gratuita y eficaz para resolver las reclamaciones que pueda tener.

Derecho a la factura en papel

Cada vez es más frecuente que las empresas de servicios y entidades financieras **prescindan de las comunicaciones en papel**, imponiendo a sus clientes un **modelo de comunicación digital** que en muchos casos no se adapta a las circunstancias o a las necesidades personales de los usuarios.

Sin embargo, el **papel es la opción general** pues muchas personas lo consideran la **forma más segura y cómoda** de revisar sus cuentas y facturas. Además hay colectivos en riesgo de exclusión digital como las **personas mayores**, poco habituadas a las nuevas tecnologías, los **entornos rurales**, donde la cobertura no siempre llega, o aquellas familias que **no pueden permitirse el pago de una conexión a Internet** desde su hogar.

Por eso, desde **junio de 2014** la Ley prevé que en los contratos con consumidores y usuarios, estos tendrán **derecho a recibir la factura en papel de forma gratuita**. En todo caso, la expedición de la **factura electrónica** estará condicionada a que el empresario haya obtenido previamente el **consentimiento expreso del consumidor**, aunque siempre cabe la posibilidad de desistir de dicho consentimiento, **revocándolo sin ninguna penalización**.

Por tanto, el consumidor tiene derecho a **elegir libremente el formato de sus facturas y extractos bancarios**, lo que permite defender los derechos de los colectivos en riesgo de exclusión, de las personas que no tengan acceso a Internet o de aquellas que no estén familiarizadas con su uso.



Programa subvencionado por el
Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
Agencia Española de Consumo, Seguridad
Alimentaria y Nutrición (AECOSAN)



aecosan
agencia española
de consumo,
seguridad alimentaria y nutrición

Federación UNAE 2017

C/ Villanueva, 8 - 3º
28001 Madrid

Tlf: 91-575.72.19

informacion@federacionunae.com

www.federacionunae.com

El contenido de este manual es responsabilidad
exclusiva de la Federación UNAE



FEDERACIÓN
DE LA UNIÓN NACIONAL
DE CONSUMIDORES
Y AMAS DE HOGAR
DE ESPAÑA