

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

COMPRAVENTA DE CONSUMO: EL RÉGIMEN DE GARANTÍAS

Valentina Orozco Arboleda

DIRECTOR

M. Ángeles Egusquiza Balmaseda

CO-DIRECTOR

Jesús María Bayo Moriones

Pamplona-Iruña

12 de junio de 2014

RESUMEN EJECUTIVO

Este TFG titulado *Compraventa de consumo: el régimen de garantías*, buscamos el análisis de la normativa que en materia de garantías de los consumidores, se regula en el TRLCU (Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias).

Nuestro objetivo es que los consumidores que lean este TFG, puedan disipar cualquier duda acerca de las garantías de los bienes de consumo y que sepan cómo actuar en caso, de que el producto que adquieren, presente cualquier irregularidad o no se ajuste con lo ofrecido por el vendedor en su publicidad y/o promoción.

Para ello intentaremos utilizar un lenguaje simplificado, que pueda ser fácilmente comprendido por el consumidor y usuario, esperando que en algún momento toda la información recabada en este TFG pueda servirles de ayuda.

PALABRAS CLAVE

- **Sociedad Consumista**
- **Consumidor**
- **Vendedor**
- **TRLCU**
- **Compraventa**
- **Factura**
- **Falta de conformidad**
- **Garantía**
- **Reparación**
- **Sustitución**

INDICE

	PÁG
0. INTRODUCCIÓN	4
1. ANÁLISIS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA	
1.1. El contrato como mecanismo de generación de derechos	10
1.2. Características de los contratos de compraventa	12
1.3. Regulación	12
1.4. Fases del contrato	
1.4.1. <i>Ámbito precontractual</i>	14
1.4.2. <i>Ámbito contractual</i>	14
1.4.2.1. <i>Contenido del contrato</i>	15
1.4.2.2. <i>Cumplimiento del contrato</i>	16
1.5. Otros contratos regulados en el TRLCU	16
1.5.1. <i>Contratos a distancia</i>	17
1.5.2. <i>Contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles</i>	17
2. REGIMEN DE GARANTIAS DE CONSUMIDORES	
2.1. Las garantías son la ampliación de los Derechos Básicos de los consumidores.	18
2.2. Principios generales de la garantía legal	
2.2.1. <i>Concepto y caracteres</i>	19
2.2.2. <i>Diferenciación entre garantía legal y comercial</i>	21
2.3. Normativa Española reguladora de las garantías	
2.3.1. <i>Antecedentes jurídicos de las garantías</i>	22
2.3.2. <i>Regulación actual de las garantías</i>	23
2.4. Análisis de aspectos relevantes de las garantías incluidos en el TRLCU	
2.4.1. <i>Derechos que incluye la garantía legal</i>	23
2.4.2. <i>Responsabilidad del productor</i>	24
2.4.3. <i>Reparación y servicios postventa</i>	25
2.5. Ejercicio de derechos por el consumidor y usuario	
2.5.1. <i>Plazo para ejercitar la garantía legal</i>	25
2.5.2. <i>Plazo de garantía de las reparaciones</i>	26
2.5.3. <i>Plazo para ejercitar la garantía comercial</i>	26
2.5.4. <i>¿Dónde puede informarse el consumidor?</i>	27
2.6. Procedimiento judicial de interés.	27
3. CASO REAL: FAGOR ELECTRODOMESTICOS	
3.1. Exposición del caso	29
3.2. Legislación sectorial: Electrodomésticos	31
3.3. Análisis de las garantías ofrecidas por Fagor	33
3.4. Cómo afecta el cierre de Fagor a la garantía de los electrodomésticos	34
3.4.1. <i>Garantías adicionales que ofrecía Fagor</i>	34
3.4.2. <i>Garantía adicionales no contratadas con Fagor</i>	36
3.4.3. <i>Regulación del suministro de piezas</i>	37
3.4.4. <i>Intervención de los seguros del hogar que posean los clientes</i>	37
4. CONCLUSIONES	39
5. BIBLIOGRAFÍA	40

0. INTRODUCCIÓN

Antes de comenzar con el análisis de este trabajo de fin de grado, debemos partir de la cuestión de ¿Cuáles han sido los motivos que llevaron a que eligiéramos el tema de *Compraventa de consumo: el régimen de garantías?*. Quizás debido a que la sociedad en la que vivimos actualmente es denominada como “de consumo”, en donde los consumidores, los cuales son los protagonistas, en la mayoría de los casos están indefensos ante prácticas, que en muchas ocasiones son abusivas. Aunque en nuestro marco normativo existen leyes que buscan la defensa del consumidor, la realidad es, que si éste no conoce dicha normativa es muy difícil que se pueda acoger a ella.

Así pues, para poder adentrarnos en la protección que la legislación brinda a los consumidores y usuarios, debemos centrarnos en aquellos bienes y servicios que abarcan la protección del consumidor, para ello es necesario hacer una breve clasificación del consumo, la cual según el Instituto de Estadística de Navarra es la siguiente:

Tabla 1. Clasificación del consumo

Los diferentes gastos efectuados por los hogares en Navarra se codifican en siete grandes grupos utilizando como base la clasificación COICOP (Clasificación of Individual Consumption by Purpose) de 12 grupos.

Dicha clasificación se estructura en los siguientes grupos:

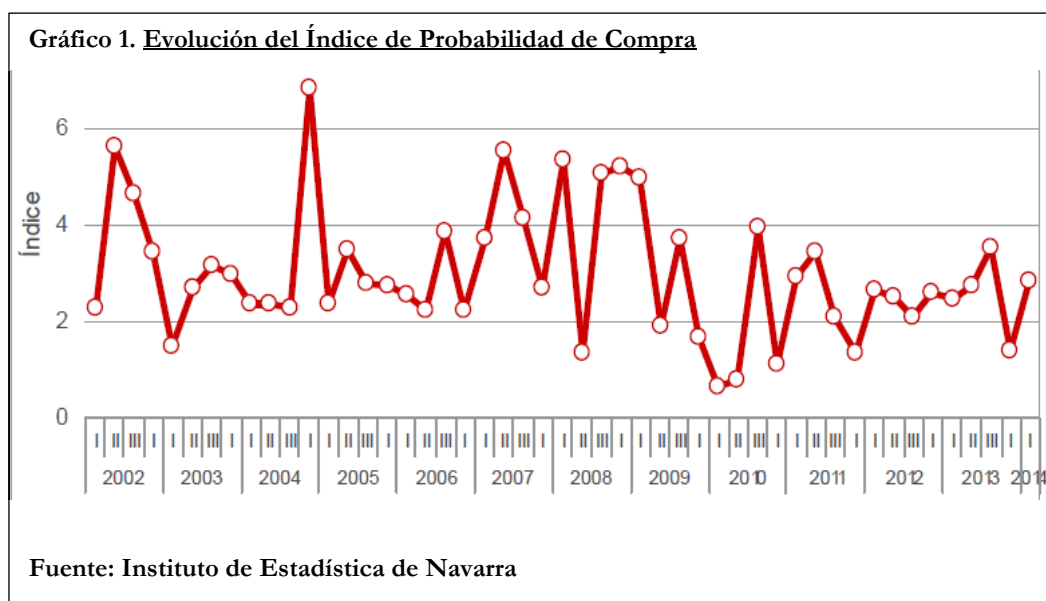
1. *Alimentación*, que incluye alimentos, bebidas no alcohólicas (1) y bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos (2).
2. *Vestido y calzado*, que incluye artículos de vestir y calzado (3).
3. *Vivienda*, que incluye vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4) y mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda (5).
4. *Salud*, que incluye salud (6).
5. *Transportes y comunicaciones*, que incluye transportes (7) y comunicaciones (8).
6. *Enseñanza*, que incluye enseñanza (10).
7. *Ocio, cultura, hostelería y otros*, que incluye ocio, espectáculos y cultura (9), hoteles, cafés y restaurantes (11) y otros bienes y servicios (12).

Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

En este trabajo, no analizaremos los epígrafes que dentro del apartado 3 de la anterior clasificación, incluye vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Debido a que tales bienes y servicios disponen de una legislación especial, lo que implicaría que además de tener que centrarnos en la regulación que actualmente rige los derechos de los

consumidores, debamos incluir una serie de normas, que ocasionarían que este trabajo presentara una mayor extensión.

Otro aspecto que debemos tener en cuenta, es la crisis que ha afectado a España en los últimos años, la cual ha ocasionado que los ciudadanos disminuyan el ahorro familiar, ya que las expectativas del mercado laboral se han visto deterioradas, produciendo entre los ciudadanos un pesimismo generalizado acerca de la situación económica actual. Motivo por el cual, el consumo se ha visto afectado desde el estallido de la crisis, en Navarra esto lo podemos observar, en la Evolución del Índice de Probabilidad de Compra, el cual se ilustra en el gráfico 1:



En el gráfico se observa, que fue el año del estallido de la crisis (2008), donde se experimentó la caída más significativa de la probabilidad de compra de los consumidores navarros. A partir de ese momento, dicho índice ha experimentado diversas fluctuaciones, que en ningún momento ha llegado a arrojar resultados positivos de probabilidad de compra, como el que se experimentaba en los años de bonanza económica, como por ejemplo entre 2004 y 2005. Finalmente, la tendencia de la probabilidad de compra, en el primer trimestre del 2014, está llevando una tendencia alcista, con lo que podemos intuir que los ciudadanos están consumiendo más.

Así pues, ante expectativas de una mayor probabilidad de compra, que vuelva a reactivar el consumo en España, es importante que los ciudadanos seamos conscientes de la normativa que regula nuestros derechos cuando somos consumidores y usuarios. Aunque lo cierto es, que conseguir una protección amplia de los consumidores no es nada fácil, pues el ámbito

del derecho del consumo es muy amplio, debido a la gran regulación que lo acompaña. Por este motivo, en España está regulado por ley, que los ciudadanos tienen derecho a recibir por parte de la Administración Pública, la suficiente información, para que puedan llevar a cabo un consumo responsable y conocer sus derechos.

Para que un consumidor pueda conocer sus derechos, debemos partir de la pregunta: ¿Quién es el consumidor?, ya que como bien señala Lasarte Álvarez (2010, p.57): “Establecer una noción legal del consumidor tiene la indudable ventaja de que ello significa que, salvo que en la ley se disponga de otra cosa, todas las personas incluidas en dicha noción legal podrán ejercitar los derechos, facultades y beneficios que la ley les otorga”.

Dada la importancia de conocer la noción de consumidor, no es raro que uno de los principales temas que ha debido afrontar el TRLCU, haya sido precisamente la noción de consumidor y usuario, como referencia general de los individuos para los que se procura una especial defensa y protección.

Es por eso, que el artículo 3 del TRLCU, define el concepto general de consumidor y de usuario como:

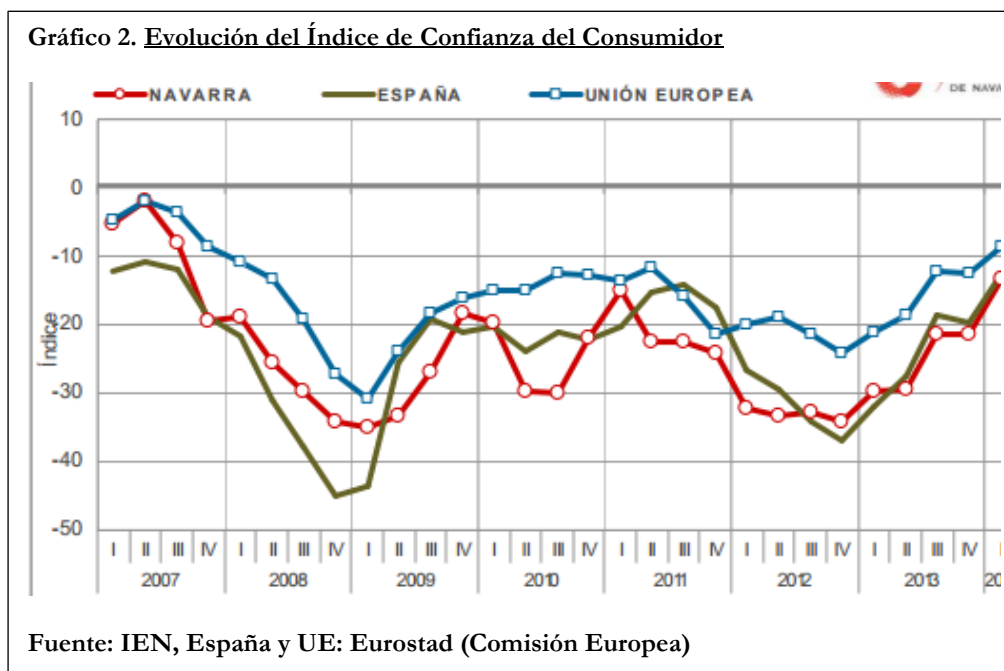
<<A efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores y usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional>>.

Así pues, el consumidor, es el destinatario final de los bienes y servicios que adquiere, buscando hacerse con el valor de uso y sin intentar emplearlo en su propia actividad laboral o profesional, es decir, no pretende utilizar directamente lo adquirido para obtener otros bienes o servicios. Podemos deducir que, el consumidor participa en la última fase del proceso productivo, disfrutando de un determinado bien de acuerdo a sus características y su naturaleza, pero sin integrarlo en actividad productiva alguna.

Cabe destacar, que en los últimos años el indicador de la confianza de los consumidores y usuarios en España, ha experimentado importantes fluctuaciones después del inicio de la crisis, registrando únicamente valoraciones negativas durante los años siguientes y siempre por debajo del nivel de confianza de los consumidores en el resto de Europa, excepto en el tercer trimestre del año 2011, donde el nivel de confianza del consumidor español, fue superior respecto al europeo. Dichas valoraciones, son el reflejo del Índice de Confianza del Consumidor, el cual abarca la opinión de los consumidores sobre la valoración del ahorro, la situación económica actual y esperada, previsiones del mercado laboral, expectativas de demanda y expectativas de precios; siendo éstas dos últimas las peores

valoradas por los consumidores, según la Encuesta de Coyuntura Económica del Consumidor, realizada por el Instituto de Estadística de Navarra.

Para visualizar la evolución de la confianza del consumidor, a nivel local (Navarra), Nacional y Europeo, vamos a observar el gráfico 2:



Cabe destacar que a pesar de que la confianza del consumidor en los últimos años ha sido negativa, la tendencia del último año ha sido positiva en España, incluso por encima de la tendencia local, pero aún sin superar la confianza del consumidor a nivel europeo.

Lo cierto es, que si la confianza de los consumidores y usuarios, no es positiva en España, debido a la situación económica actual (entre otros aspectos). Dicha confianza será aún menor, si los ciudadanos desconocen las leyes creadas por los poderes públicos, en busca del amparo y la defensa de los consumidores y usuarios, las cuales le otorgan a los ciudadanos una mayor seguridad, y por consiguiente una mayor confianza a la hora de actuar como consumidores.

Así pues, en cuanto a la normativa que promulga la defensa de los consumidores y usuarios, es cierto que en España hasta la vigente Constitución de 1978, no existía disposición legal alguna que, de manera expresa y concreta, se pronunciará a favor de los consumidores.

Es precisamente, en el artículo 51 de la Constitución, donde se acogió por primera vez la idea de la defensa de los consumidores y usuarios como pauta legislativa. Según redacta el artículo 51:

<<1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.

3. En el marco de lo dispuesto en los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de los productos comerciales>>.

Este mandato constitucional fue el motor de arranque de la política de protección del consumidor, convirtiéndose en un verdadero principio del desarrollo de la legislación ordinaria.

En la actualidad, es el RDL 1/2007 (TRLUC), la referencia normativa, en la que se describe a grandes rasgos, los derechos básicos de los consumidores, los cuales se enumeran en el artículo 8:

<<Son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.*
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.*
- c) La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.*
- d) La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.*
- e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afecten directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.*
- f) La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad subordinación e indefensión>>.*

Estos derechos garantizarán al consumidor, que se le informe correctamente, que no se ponga en peligro su salud o seguridad, que no sufra perjuicios económicos por cláusulas abusivas, etc... Se trata por tanto, de derechos sobre los que el consumidor no puede disponer, ya que son derechos irrenunciables, lo que significa que cualquier cláusula que

implique un abandono previo a estos derechos, será nula, como se recoge en el artículo 10 del TRLCU.

La compraventa de consumo lleva consigo la realización de un contrato, en donde la existencia de éste, es muy sencilla, ya que basta con que dos personas (oferente y consumidor), coincidan en realizar una contraprestación y que dicho acuerdo sea merecedor de amparo jurídico. Según el artículo 1.445 del Código Civil <<por el contrato de compraventa uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto, en dinero o signo que lo represente>>. Además para que un contrato sea válido, debe reunir una serie de características, que recoge el Código Civil en el artículo 1.261, en donde menciona los elementos esenciales del contrato:

<<No hay contrato sino cuando concurren los requisitos siguientes:

1. *Consentimiento de los contratantes.*
2. *Objeto cierto que sea materia del contrato.*
3. *Causa de la obligación que se establezca>>.*

Además todo esto debe ir unido a que suponemos que las partes del contrato, es decir, tanto vendedor como comprador, son iguales y poseen libertad para contratar o no. Con lo cual, estas características deben permitir una apropiada elección del comprador. Pero la realidad es, que la sociedad en la que nos encontramos actualmente, existen diversas situaciones, en las que se limita la libertad contractual, impidiendo al consumidor y usuario, tener claridad para constituir de manera adecuada su consentimiento en el contrato de compraventa, el cual es uno de los elementos esenciales del contrato.

Otro aspecto a tener en cuenta, es la obligación que tiene el oferente de entregar al consumidor un bien que se adecue a lo estipulado en el contrato o, en su defecto, a los criterios establecidos en la propia ley; esto es lo que el TRLCU define en el artículo 116, como *Conformidad de los productos con el contrato*. Ello implica que las características, el estado y el destino de la cosa entregada por el oferente al consumidor, se han de corresponder con lo estipulado en el contrato y en los criterios que fija la Ley.

El TRLCU estipula en el artículo 116.3 que el oferente no tendrá responsabilidad por falta de conformidad, si el consumidor no ignoraba en el momento de la celebración del contrato, lo que en algún momento pueda reclamar como falta de conformidad y/o que dicha falta de conformidad tenga su origen en materiales suministrados por el consumidor y usuario.

Y es entonces ante la falta de conformidad cuando el consumidor está respaldado por el régimen de garantías legales, como señala Díaz Alabart (2010) “la garantía legal significa que si se produce <<una falta de conformidad>>, es decir, un incumplimiento de la obligación de entregar los bienes conforme, le corresponden al comprador un sistema unitario de remedios” (p. 48).

Así pues, ante la falta de conformidad del bien con el contrato, el consumidor y usuario tiene derecho a solicitar a su elección la reparación del producto o su sustitución; y si el consumidor ha tenido muchos inconvenientes con el producto, puede solicitar la rebaja del precio o a la resolución del contrato, como señala el artículo 118 del TRLCU.

En resumen, como podemos observar el tema que recogemos en este trabajo de fin de grado, es de gran importancia, ya que desde edades muy tempranas los ciudadanos empezamos a ser consumidores y usuarios, en donde en la mayoría de los casos, estamos en desventaja respecto a los vendedores, ya que solemos ignorar la protección que nos brinda la ley ante los incumplimientos de los vendedores en el contrato de compraventa. Con lo cual, este fue el motivo que nos llevó a interesarnos en la realización de este trabajo, ya que pretendemos dar a conocer la legalidad, que ampara el ejercicio de los derechos de la sociedad consumista española.

1. ANÁLISIS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

1.1. El contrato como mecanismo de generación de derechos

Si partimos de la idea de que todos los consumidores y usuarios tenemos una serie de derechos respecto a los bienes que adquirimos en nuestra sociedad consumista, la cuestión que nos invade en esta parte del análisis de la compraventa de consumo es ¿cuál es el mecanismo que genera los derechos del consumidor y los deberes del oferente?

Antes hemos introducido, que la idea de contrato responde al acuerdo, que mediante la prestación del correspondiente consentimiento, vincula tanto al oferente como al consumidor (o, en su caso más partes), en una conducta de carácter patrimonial, ya que como según expresa el artículo 1.245 del Código Civil <<*el contrato existe desde que una o varias personas consienten en obligarse, respecto de otra u otras, a dar alguna cosa o prestar algún servicio*>>.

Cuando nos referimos a la “conducta de carácter patrimonial”, lo que queremos decir es que cuando un consumidor adquiere un bien, dicho bien debe tener un valor económico,

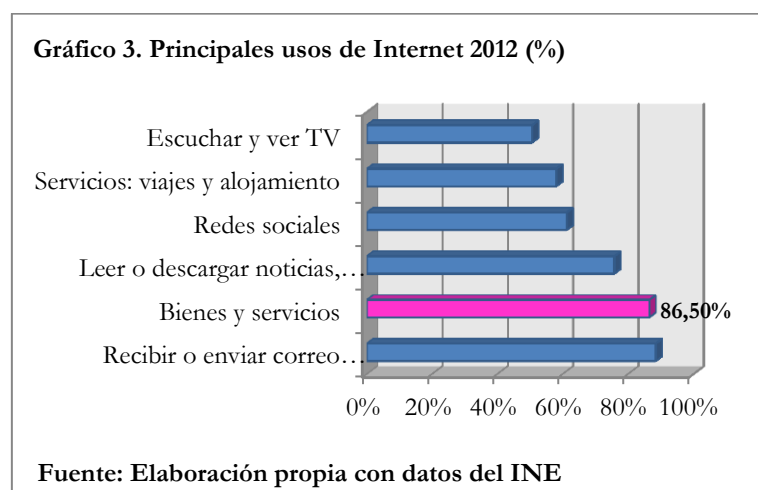
ya que como dice Lasarte Álvarez (2010) “todo contrato debe tener por objeto prestaciones susceptibles de valoración económica” (p. 85).

Con lo cual, el contrato responde a la pregunta que hemos planteado anteriormente, ya que es el acuerdo contractual, el mecanismo de generación de derechos y obligaciones de las partes, las cuales están comprometidas a la realización de la promesa contraída en dicho acuerdo, por haber prestado su consentimiento.

Es por eso que la gran novedad que trajo consigo el TRLCU fue su Título I, del Libro Segundo, y como bien señala Botana García (2008) “especialmente sus dos primeros Capítulos referidos a las disposiciones generales sobre los contratos con los consumidores y usuarios y al derecho de desistimiento donde se establece el régimen común en aquellos contratos en los que se prevé dicha facultad” (p.1). Con lo cual, la legislación española establece que los contratos con consumidores y usuarios se regirán por lo establecido en el TRLCU y las disposiciones legales que regulan los contratos de compraventa. Motivo por el cual, la regulación sectorial de los contratos con los consumidores, en todo caso, debe respetar como mínimo tal regulación.

Otro punto en donde radica la importancia del contrato se debe a que, como el consumidor es la parte más débil en la contratación, dicha posición de inferioridad se manifiesta en las distintas fases del contrato.

Finalmente, se debe tener en cuenta que la evolución de las nuevas tecnologías en cuanto a la comunicación y el comercio, ha proliferado el uso de Internet como mecanismo de compra de los consumidores. Según el INE, durante el año 2012, de las personas que se conectaron a Internet, el 86,50%, buscó información o realizó alguna compra de bienes o servicios; como se observa en el gráfico 3:



Con lo cual, el ordenamiento jurídico del nuevo principio general de Derecho de protección del consumidor, ha exigido revisar los fundamentos y los criterios de resolución de conflictos en relación con la contratación fuera de los establecimientos mercantiles y los contratos celebrados a distancia, los cuales están recogidos en el TRLCU.

1.2. Características de los contratos de compraventa.

Si tenemos en cuenta que las partes en el contrato de compraventa son dos, comprador y vendedor, en donde la primera se obliga a pagar un precio cierto, y la segunda a entregar un cosa determinada, como regula el Código Civil en su artículo 1445. Podemos decir, como bien señala Herbosa Martínez, en términos generales, las características que reúnen los contratos de compraventa, según la regulación que mencionaremos más adelante son:

- Contrato de carácter consensual, con bien hemos mencionado antes, sólo hace falta la voluntad de las partes, para pagar/vender una cosa a un precio.
- Contrato bilateral, ya que genera obligaciones para ambas partes, es decir, tanto para el comprador como para el vendedor.
- Contrato meramente obligacional, y no traslativo de dominio, ya que no produce una transmisión inmediata de la propiedad de la cosa vendida o de precio, sino que únicamente genera obligaciones para ambas partes: en el vendedor, la de entregar la cosa; en el comprador, la de pagar el precio.
- Es un contrato oneroso, existe un desplazamiento patrimonial, tanto para el vendedor como para el comprador.
- Contrato conmutativo, porque, en principio, la obligación que asume una de las partes se considera como el equivalente de la que contrae, a su vez, la otra, aunque no es preciso que haya equivalencia objetiva entre ambas, bastando que sea subjetiva. (Herboza Martínez, 2010, pp. 23-24).

1.3. Regulación

En cuanto a la naturaleza de los contratos de consumo, se pretende atribuir una cierta entidad a las disposiciones generales sobre los contratos con consumidores y usuarios. Esto puede ir unido a la voluntad de desligar los mencionados contratos de su naturaleza de contratos civiles, como acreditan los artículos 59 y 142 del TRLCU cuando remiten respectivamente a la aplicación supletoria de las disposiciones legales que regulan los contratos civiles y mercantiles, así como a la regulación que deriva de la legislación civil y mercantil para determinar los daños materiales en el propio producto defectuoso. (Paños Pérez, 2010, p. 45).

Con lo cual, debido a la doble regulación de los contratos de compraventa, es decir, tanto mercantil como civil, desde un punto de vista jurídico y económico, la regulación aplicable a los contratos de compraventa de consumo es:

Normativa básica:

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias: se incluye en el Libro II, el Título 1º (arts. 59 a 79), “contratos con los consumidores y usuarios” y el Título 2º (arts. 80 a 91) “condiciones generales y cláusulas abusivas”, en donde se desarrolla la configuración jurídica de los contratos con consumidores y usuarios.

Normativa de carácter supletorio, en orden de prevalencia:

El Código Civil, ya que el contrato de compraventa, es el tipo de contrato al que más extensión dedica el Código Civil español (cfr. Arts. 1445 a 1537 CC, algunos de los cuales son aplicables a otros contratos por analogía). (Herbosa Martínez, 2010, p. 19).

Código de Comercio, debido a que el contrato de compraventa está minuciosamente regulado en el Código Civil, el Código de Comercio no hace una regulación exhaustiva, dedicando unos pocos artículos a la compraventa mercantil (arts. 325 a 345 CCom). Motivo por el cual, en la mayoría de los contratos se debe acudir al Código civil para completarlo.

Leyes especiales, ya que no todas las normas transpuestas han quedado incluidas dentro de la unificación, debido a que el TRLCU ha dejado fuera aquellas normas que “regulan ámbitos sectoriales específicos alejados del núcleo básico de protección de consumidores y usuarios”(Larrosa Amante, 2011, p. 29). Podemos incluir en este apartado, las siguientes leyes:

- a. Ley 17/2009, de 23 de noviembre, de libre acceso a la actividad de servicios y su ejercicio.
- b. Ley 43/2007, de 13 de diciembre, de protección de consumidores en contratación de bienes con restitución del precio.
- c. Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a consumidores.
- d. Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.
- e. Ley 34/2002, de 11 de julio, reguladora de los servicios de la sociedad de información y comercio electrónico.

- f. Ley 28/1998, de 13 de julio, de Venta a Plazos de bienes muebles.
- g. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- h. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

1.4. Fases del contrato

En cuanto a la formación del contrato, el consentimiento, es decir, el acuerdo coincidente de voluntades de las partes sobre el contenido del contrato que celebran, constituye el elemento fundamental del mismo. A la celebración de todo contrato suele preceder una fase preparatoria (denominada “tratos preliminares”) durante la cual se intercambian ofertas y propuestas mutuas que acaban por coincidir, sin que sea posible determinar, en la mayor parte de los casos, quién es el oferente y quien es el aceptante. No podemos confundir esta fase previa o preliminar, en la que aún no ha nacido la obligación contractual, con el llamado “precontrato”, consistente en la promesa futura de celebrar un contrato. (Paños Pérez, 2010, p. 54).

1.4.1. Ámbito precontractual

Como hemos mencionado antes, el consumidor es la parte del contrato, que se encuentra en una situación de inferioridad respecto a la otra parte, motivo por el cual, el TRLCU se centra en reforzar y afianzar los deberes precontractuales de la información y la publicidad.

Antes de contratar, el empresario deberá poner a disposición del consumidor y usuario de forma clara, comprensible y adaptada a las circunstancias, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características esenciales del contrato, en particular, sobre sus condiciones jurídicas y económicas, de los bienes y servicios objeto del mismo. Esta información precontractual no es obligatoria que se facilite por escrito o en soporte duradero sino que serán las circunstancias las que fijen el modo; pero lo que no ofrece ninguna duda es que dicha información deberá facilitarse al consumidor de forma gratuita, sin costes adicionales. (Botana García, 2008, p. 1).

Por otro lado, en cuanto a la integración de la oferta, promoción y publicidad, debido a que los actos precontractuales no siempre se consideran vinculantes, lo cierto es, que muchos oferentes se han aprovechado de esto, para sacar al mercado todo tipo de anuncios engañosos. Es por eso que el TRLCU en su artículo 61, ha considerado exigible por los consumidores y usuarios, todo el contenido de la publicidad, respecto al bien objeto del contrato.

Según señala Paños Pérez (2010) “La importancia del precepto consiste en la integración de la publicidad y propaganda en el contenido del contrato, aunque las promesas publicitarias no hayan sido transcritas ni incorporadas ni objeto de documentos anexos o ajenos al contrato documentalmente considerado” (p.62). Con lo cual, la publicidad y la promoción se tendrán en cuenta a la hora de determinar el principio de conformidad con el contrato.

1.4.2. *Ámbito contractual*

Por otra parte, el art. 62.1 exige que: *<<En la contratación con consumidores debe constar de forma inequívoca su voluntad de contratar o, en su caso, de poner fin al contrato>>*. Se incorporan en este precepto las disposiciones introducidas por la Ley de Mejora de la Protección de los Consumidores, en materia de contratos. Esta disposición, trata de evitar la imposición a los consumidores de obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos reconocidos en el contrato, en coherencia con lo previsto en la Directiva 2005/29/CEE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, sobre Prácticas Comerciales Desleales, que prohíbe los obstáculos no contractuales para el ejercicio de tales cláusulas contractuales que establezcan estas limitaciones y, en particular, la imposición de plazos de duración excesiva o las limitaciones que excluyan u obstaculicen el derecho del consumidor a poner fin al contrato. (Botana García, 2008, p. 2).

1.4.2.1. *Contenido del contrato*

Con lo cual nos encontramos ante una fase en donde a pesar de que ha desaparecido la negociación, pueden aparecer unas condiciones generales de contratación (como garantías adicionales, formas de entrega, plazos, etc.), que aunque en la mayoría de las transacciones ocurren, no siempre están prefijadas, pudiendo haber situaciones en las que se pueden negociar. Éstas condiciones generales de contratación suponen que la voluntad del consumidor se limita a adherirse o no a la reglamentación contractual establecida por el vendedor. Dichas condiciones deben ser redactadas con claridad, concreción y sencillez, para que el consumidor las pueda comprender.

Además en la legislación se prohíbe la inserción de cláusulas abusivas en los contratos, las cuales el TRLCU las define en el artículo 82 *<<Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato>>*.

Las cláusulas abusivas, pueden entenderse como aquellas que crean un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones del consumidor y los del profesional. Tiene un ámbito propio en la relación con los consumidores y usuarios y puede darse tanto en condiciones generales de contratación, como en cláusulas predispuestas para un contrato particular al que el consumidor se limita a adherirse. Por tanto, la protección frente a las cláusulas abusivas se da en los contratos con consumidores y usuarios exclusivamente. (Paños Pérez, 2010, p.64).

Ateniéndonos a lo anterior, podemos decir que algunas condiciones generales pueden ser cláusulas abusivas y que además podemos encontrar cláusulas abusivas que son condiciones generales. Con lo cual, para evitar que las condiciones generales lleguen a ser cláusulas abusivas, éstas deben reunir una serie de requisitos como la contractualidad, predisposición, imposición y generalidad o uniformidad.

Por otro lado, en esta fase la confirmación documental es el recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación, incluidas las condiciones generales de la contratación, aceptadas y firmadas por el consumidor y usuario, cuando éstas sean utilizadas en la contratación, como según redacta el artículo 63 del TRLCU.

Según el derecho de consumo, los vendedores están obligados a entregar un recibo o factura a los consumidores y usuarios, para poder responder a los derechos de información y garantía que tienen los consumidores frente a posibles faltas de conformidad. Ya que en la mayoría de los casos, es el ticket (factura simplificada) el único documento que justifica la celebración del contrato y por tanto la única garantía formal que ampara la posible reclamación.

1.4.2.2. Cumplimiento del contrato

Una vez celebrado el contrato, el consumidor y el vendedor quedan vinculados por éste, y ambas partes asumen un compromiso jurídicamente exigible, motivo por el cual, no puede quedar al capricho de cada una de ellas determinar si el contrato produce o no efectos, ya que como dice el Código Civil en su artículo 1256 <<la validez y el cumplimiento de los contratos no pueden dejarse al arbitrio de uno de los contratantes>>.

Pero en ocasiones, tal regla parece que es flexibilizada para ciertas legislaciones, en donde en los contratos se reconoce a una de las partes la posibilidad de extinguir el contrato por libre decisión.

Tal posibilidad de extinguir el contrato por parte del consumidor, está regulada en el Capítulo II del Libro II, Título I del TRLCU, en donde se recoge el derecho de desistimiento de un contrato y es definido como la facultad del consumidor y usuario de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándose así a la otra parte contratante en el plazo establecido para el ejercicio de ese derecho, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase (artículo 68). El consumidor tendrá derecho a desistir del contrato tanto en los supuestos legalmente previstos como en aquellos otros supuestos donde se reconozca dicha facultad en la oferta, promoción, publicidad o en el propio contrato.

1.5. Otros contratos regulados en el TRLCU

Gracias al avance de las nuevas tecnologías (entre otros aspectos), cada día es más común que los contratos con consumidores, no se lleven a cabo en un establecimiento mercantil, e

incluso existen empresas que no disponen de tal establecimiento, ya que llevan todas sus ventas de manera online o puerta a puerta, entre otras. Con lo cual, este tipo de contratos, también están recogidos en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

1.5.1. Contratos a distancia

Los contratos celebrados a distancia pueden ser descritos como un modo particular de negociación, distribución o contratación, en el cual el mensaje impreso o transmitido a distancia constituye el mecanismo principal para ofrecer los productos o los servicios a una clientela indeterminada y potencial de futuros consumidores. Añade además, que es una operación que se desarrolla en tres fases o etapas fundamentales:

- El consumidor recibe una oferta de un producto o de un servicio a través de una descripción escrita, visual u oral, con indicación del precio o del resto de las condiciones de la oferta contractual.
- Sobre esta base el consumidor efectúa su pedido.
- Más tarde recibirá el producto o servicio en la dirección que ha suministrado al empresario o comerciante. (Lasarte Álvarez, 2010, p.209)

Es importante tener claro que en la definición de contrato a distancia, no deben tenerse en cuenta las circunstancias específicas en las que se ha realizado la oferta o se ha negociado el contrato. El hecho de que el comerciante solo practique la venta a distancia de forma ocasional o que utilice un sistema organizado gestionado por un tercero, como una plataforma en línea, no debe privar a los consumidores de su protección. Asimismo, todo contrato negociado en persona entre el comerciante y el consumidor fuera del establecimiento debe considerarse a distancia si se ha celebrado exclusivamente a través de medios de telecomunicación, como por teléfono o por internet. (Paños Pérez, 2010, p. 78).

El TRLCU ha incluido este tipo de contratos celebrados a distancia, concretamente en el Título III, del Libro II, el cual se estructura en cuatro Capítulos: Disposiciones generales, Información precontractual y contratos, Derecho de desistimiento y Ejecución del contrato; estos Capítulos se recogen en los artículos 92 al 106.

Según la legislación vigente, en este tipo de contratos, la propuesta de contratación proviene del vendedor, en donde el consumidor solo se limita a proceder a su aceptación o no; la cual si es en sentido afirmativo, constituye el momento en el que se perfecciona el contrato conforme al art. 1262.2 del Código Civil <<Hallándose en lugares distintos el que hizo la oferta y el que la aceptó, hay consentimiento desde que el oferente conoce la aceptación o desde que, habiéndosela remitido el aceptante, no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe. El contrato, en tal caso, se presume celebrado en el lugar en que se hizo la oferta>>.

1.5.2. Contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles

Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles son una política de venta que consiste fundamentalmente en la decisión empresarial de tomar la iniciativa de un contacto directo y físico con los consumidores finales, y en proponerles bienes o servicios, en su domicilio, en su trabajo, y, más generalmente fuera de los locales habitualmente reservados a la venta, en los cuales el consumidor se presenta por su propia voluntad. Las características más sobresalientes de este tipo de contratación son:

- a) El lugar donde se realiza el contrato no es el habitualmente reservado al comercio.
- b) Se dirige normalmente, a personas que no han manifestado su deseo de contratar, jugando pues el factor sorpresa a favor del empresario.
- c) El comerciante ofrece un solo tipo de producto o marca de productos, ofrecidos a menudo a un precio superior al del mercado.
- d) Dada la rapidez con que tiene lugar la contratación, la decisión tomada por el consumidor puede no haber sido suficientemente madurada y reflexiva.
- e) Dado que el contrato se concluye, generalmente sin testigos, al consumidor le resultará muy difícil demostrar que ha sido víctima de un comportamiento abusivo por parte del empresario. (Lasarte Álvarez, 2010, p.190).

El TRLCU ha trasladado lo que se dispone en la Ley 26/1991, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, la refundición de los preceptos se ha llevado a cabo en el Título IV del Libro II, artículos 107 a 113, ambos inclusive.

2. RÉGIMEN DE GARANTÍAS DE CONSUMIDORES

2.1. Las garantías son la ampliación de los Derechos Básicos de los consumidores.

El art. 2 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, contenía los derechos de los consumidores y usuarios, definiendo seis derechos que se consideran como básicos: protección de la salud y seguridad; de los intereses económicos y sociales; indemnización de daños y perjuicios; información y educación; audiencia y participación; protección jurídica en situación de inferioridad, subordinación o indefensión. (Larrosa Amante, 2011, p.20).

Con lo cual, antes de empezar con el análisis de las garantías de los consumidores y usuarios, es preciso partir de la idea de que el régimen de garantías, es una expresión de los derechos básicos de los consumidores (artículo 8 del TRLCU), en especial del derecho a la protección de los intereses económicos y sociales, el cual surge de la necesidad de un sistema efectivo de garantías y reclamaciones para la defensa de los consumidores y usuarios. Es precisamente el Título V del Libro III, arts. 114 a 127 del TRLCU, el régimen que sustituye a la derogada Ley 23/2003 de Garantía en la Venta de Bienes de Consumo, el que plasma la manera mediante la cual, el consumidor puede defender sus intereses económicos y sociales ante posibles irregularidades.

En cuanto al derecho a la información, formación y educación, debe estar fomentado por los poderes públicos, siendo obligación del vendedor entregar el producto en buen estado, ya que éste debe reunir las características concretas que se especifican en la etiqueta, en la publicidad o incluso en lo que se ha pactado con el comprador en el momento de la compra. Además, la calidad del mismo debe ser la mínima exigible para un bien de naturaleza similar. En definitiva, el producto debe cumplir con los requisitos de uso y disfrute para el que está destinado.

Pero la realidad es, que muchos consumidores y usuarios no conocen los derechos que poseen, cuando el bien que adquieren no cumple con las condiciones mínimas exigibles y por lo tanto no es conforme con el contrato de compraventa realizado. Así pues, según la falta de conformidad y el periodo de tiempo transcurrido entre la compra y el nacimiento de la irregularidad del producto, el consumidor y usuario podrá ejercitar la garantía del bien adquirido.

Con lo cual, debido al desconocimiento por parte de los consumidores y usuarios de sus derechos, en la actualidad la defensa de los intereses de éstos constituye una de las mayores preocupaciones de nuestra sociedad, como bien señala Paños Pérez (2010) “...viéndose plasmada en una sucesión de normas tendentes a la protección del individuo y de los intereses difusos de la colectividad que, en el fondo, no es más que una consecuencia del replanteamiento del principio de igualdad y de equivalencia de las prestaciones en las relaciones contractuales” (p.11).

En este epígrafe, nos centraremos en el análisis de la aplicación de las garantías y responsabilidades en los contratos celebrados con consumidores, que viene recogidas en el TRLCU. Haremos un estudio de los preceptos que recoge este Texto Refundido, en cuanto a las garantías y servicios postventa, la responsabilidad civil por bienes defectuosos, etc. Dejando de lado las garantías de los consumidores respecto a la compra de viviendas, ya que dichas garantías son recogidas en una regulación especial.

2.2. Principios generales de la garantía legal

2.2.1. Concepto y caracteres

La garantía legal es la obligación que, generalmente por escrito, tiene el vendedor o fabricante de un bien duradero de asegurar durante un tiempo determinado, el buen estado y las condiciones de uso y funcionamiento del mismo, de modo que sirva para el fin al que se destina. Por lo tanto, el consumidor y usuario haciendo uso de la garantía tendrá varias alternativas ante un defecto del producto adquirido, como es el derecho de reparación, el

derecho a la sustitución del mismo, a la rebaja del precio o incluso a la resolución del contrato.

Si ya partimos de la idea, de que los consumidores y usuarios gozan de una serie de derechos, por los cuales el vendedor debe responder ante la falta de conformidad del bien adquirido, la siguiente cuestión que nos planteamos es ¿qué productos o bienes gozan de protección en el TRLCU?

Para responder esta cuestión debemos consultar *el Catálogo de Productos, Bienes y Servicios* establecido por el Real Decreto 1507/2000. En este RD se aclara que la enumeración de los anexos tiene carácter enunciativo (que enuncia una idea) y no exhaustivo, dada la imposibilidad de enumerar y prever los productos o servicios que puedan tener tal carácter según la evolución social y de la producción. El desarrollo, en los últimos años, de los servicios de la sociedad de la información hizo que se incluyeran éstos también en el catálogo, mediante la Orden SCO/453/2008, de 14 de febrero.

Además es importante mencionar que existen unos bienes excluidos del ámbito de aplicación del TRLCU, los cuales deben acudir a la normativa que los regula de forma específica. Y así se excluyen expresamente los siguientes productos:

- Los adquiridos mediante venta judicial.
- El agua o el gas, cuando no estén envasados para la venta en volumen delimitado o en cantidades delimitadas (es decir, se pueden reclamar garantías ante una bombona de gas butano o una botella de agua mineral, pero no se podrá ante el gas o el agua que nos son suministrados en nuestro domicilio).
- La electricidad.
- Los productos de segunda mano adquiridos en subasta administrativa.

Sin embargo, en el TRLCU no se incluye de forma expresa dentro de su ámbito de aplicación a los bienes perecederos, es decir, a los que tienen un periodo de vida muy limitado, desapareciendo el bien o su utilidad al agotarse este periodo de tiempo o al ser consumidos; por lo que se puede considerar que se aplican sus disposiciones en la medida en que lo permita la naturaleza del bien.

Otro aspecto a tener en cuenta en cuanto a los derechos de los consumidores y usuarios, es que el consumidor podrá contar con la garantía legal y adicionalmente con la garantía comercial.

2.2.2. Diferenciación entre garantía legal y comercial.

Los aspectos que los consumidores y usuarios deben tener en cuenta a la hora de diferenciar entre la garantía legal y la comercial son:

- El origen: la garantía legal surge del propio contrato de compraventa, mientras que la garantía comercial surge por la voluntad del consumidor. Así pues, la garantía legal está siempre presente en el contrato de compraventa, emanando directamente de la ley.
- Por su naturaleza: en la garantía legal, el consumidor no puede renunciar a ella, mientras que en la garantía comercial sí puede renunciar a sus derechos.
- Sujeto obligado a prestar la garantía: en la garantía legal, es el vendedor quien se responsabiliza ante el consumidor, mientras que en la garantía comercial puede ser el vendedor, el fabricante o cualquier otro sujeto implicado en la distribución del bien, como una aseguradora.
- Por los efectos: la garantía legal está regulada por ley y su ejecución obedece a procedimientos legalmente establecidos. Mientras que en la garantía comercial, los efectos son marcados por quien la ofrece, siendo éste quien impone las condiciones y procedimientos.
- La garantía comercial supone un aumento cuantitativo y/o cualitativo de la garantía legal: cuantitativo debido a que aumenta el plazo de la garantía y cualitativo porque responde en supuestos distintos de la falta de conformidad con respecto al momento de entrega del bien
- La garantía comercial es un compromiso adicional, debido a que el vendedor o quien se comprometa a responder por la garantía (ya que por ejemplo podría ser una aseguradora), está obligado a efectuar la reparación, aunque se deba a un desgaste de alguno de los componentes del producto. Por este motivo, esta característica es una diferencia esencial con la garantía legal, como bien señala Paños Pérez (2010):

Con la garantía comercial se responde por cualquier defecto sea coetáneo o posterior a la entrega siempre que se manifiesten dentro del periodo garantizado. Incluso si provienen del propio desgaste por el uso del bien adquirido (siempre que al bien se le dé el uso previsto o usual en función del tipo de bien de que se trate). El defecto provocado por el desgaste, que impida utilizar el bien en óptimas condiciones, manifestado durante el período de garantía, induce a pensar (se presume) que se genera porque se trata de un defecto originario del propio bien (p. 181).

Lo cierto es, que diversos autores se plantean interrogantes acerca de para qué sirve una garantía comercial si de antemano el consumidor ya goza de la garantía legal. Es por eso, que difieren a la hora de precisar cuál es la utilidad de la garantía comercial.

Por ejemplo, para Gómez Pérez (2001) “la utilidad de la garantía comercial radica en que: 1º expande el ámbito de las partes responsables frente al consumidor (fabricante o su representante). 2º puede ampliar el conjunto de derechos que la garantía legal confiere al consumidor, mediante la ampliación de la duración de la cobertura más allá del límite del tiempo legal, o bien facilitando el ejercicio de derechos y acciones del comprador (garantía de devolución de lo pagado, presunción de que el defecto queda cubierto por la garantía más allá de los seis meses posteriores a la entrega, etc.). Y 3º una garantía que ofrezca condiciones más generosas para el consumidor que las previstas legalmente puede ser para el productor un útil instrumento de señalización de fiabilidad, calidad y buen servicio” (p.23).

Jordá Capitán (2000) opina que “la verdadera función desde un estricto punto de vista jurídico de la garantía comercial es informar por escrito al consumidor respecto de las propiedades del bien de consumo, directrices de utilización o manejo y conservación, la existencia de los correspondientes servicios de reparación, con la indicación de su dirección o lo relativo a las precauciones que deberán ser adoptadas en cuando a esa misma utilización o manejo” (p. 157).

2.3. Normativa española reguladora de las garantías

2.3.1. Antecedentes jurídicos de las garantías

A la hora de destacar cual ha sido el referente normativo, que en los últimos diez años ha supuesto un importante avance en las garantías de los bienes de consumo, nos debemos referir a la Directiva 1999/44/CE, ya que con esta Directiva lo que se buscaba era la armonización a nivel europeo de las garantías de los bienes de consumo y su aprobación supuso una importante mejora en la protección del consumidor.

Las principales novedades que introdujo la Directiva fueron:

- La responsabilidad directa del vendedor: el vendedor deja de ser un mero intermediario y se convirtió en el sujeto sobre quien recaía en primera instancia cualquier responsabilidad, ya que anteriormente ésta recaía sobre el fabricante. Aunque esto no significa que el consumidor no pueda acudir al fabricante por un producto no conforme con el contrato, sino que dicha acción sólo la emprendería cuando no pudiera dirigirse al vendedor.
- La conformidad de los productos con el contrato: es un criterio sobre el cual se valora la responsabilidad del vendedor. El concepto de garantía legal va ligado al de falta de conformidad del producto, aspecto que menciona el artículo 116 del TRLCU.
- La ampliación de la garantía legal a un plazo de 2 años.

Todas estas novedades fueron introducidas por la norma de transposición española, y así con la aprobación de la Ley 23/2003, se creó un régimen específico aplicable a los contratos de compraventa civil de bienes de consumo celebrados entre consumidores y vendedores. Hasta la aprobación de esta ley, el régimen de garantías de los consumidores venía recogido en la Ley 26/1984.

2.3.2.Regulación actual de las garantías.

En la actualidad la legislación respecto al régimen de garantías aplicables en las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios, se regula en el Título V del libro II del TRLCU. Éste Real Decreto, incorporó a la anterior Ley 23/2003, determinados aspectos de la venta y garantías de los bienes de consumo.

En conclusión, las acciones de reparación y sustitución del bien vendido, de rebaja de su precio y de resolución del contrato compraventa, están contenidas en el TRLCU, constituyendo un régimen adicional (y a veces, preferente) a las acciones redhibitoria (entendiéndose por éstas, como la acción del comprador en la aparición de vicios ocultos en la cosa comprada en los primeros seis meses tras la firma del contrato), derivadas del saneamiento de vicios ocultos (defecto grave que no estaba a la vista y no era posible conocerlo por el comprador en el momento de la compra, y que una vez sobrevenido no permite el uso o disminuye la utilidad del producto, motivo por el cual el consumidor no la habría comprado o hubiese pagado menos por ella).

2.4. Análisis de aspectos relevantes de las garantías incluidos en el TRLCU

2.4.1.Derechos que incluye la garantía legal

Según el TRLCU, cuando el consumidor compra un bien que resulta ser defectuoso o no conforme, tiene derecho a su reparación, sustitución, a la rebaja del precio o a la resolución del contrato (artículo 118, TRLCU). Sin embargo, la legislación no permite ejercitar todas las opciones al mismo tiempo, con lo cual se establecen una serie de parámetros:

- Reparación y sustitución del producto (artículo 119, TRLCU): según la normativa el consumidor puede elegir una opción u otra, salvo que una de las dos opciones resulte imposible o desproporcionada.

Respecto a la imposibilidad de la reparación o sustitución, la norma sólo hace mención a dos supuestos, que sólo son aplicables en el caso de que el consumidor quiera que le cambien el producto; dichos supuestos son cuando el consumidor compró un bien no consumible o un bien de segunda mano.

<<Se considerará desproporcionada la forma de saneamiento que en comparación con la otra, imponga al vendedor costes que no sean razonables, la relevancia de la falta de conformidad y si la forma de saneamiento alternativa se pudiese realizar sin inconvenientes mayores para el consumidor y usuario>>(artículo 119.2, TRLCU). Por ejemplo, cuando la avería surgida en una lavadora, se soluciona con la sustitución de una pieza. Sería una alternativa desproporcionada por parte del consumidor y usuario la petición del cambio total del electrodoméstico por uno nuevo.

Además la norma también contempla en el artículo 120.a, que tanto la reparación como la sustitución serán gratuitas para el consumidor y usuario. Dicha gratuidad comprende los gastos de envío, los costes relacionados con la mano de obra y materiales.

Después de que el producto ha sido reparado o sustituido por uno nuevo, el consumidor puede encontrarse ante diversas situaciones, dependiendo de la opción elegida:

- a. Reparación: si a los **seis meses** siguientes a la reparación el producto volviese a presentar falta de conformidad, el vendedor debe responder ante el consumidor, pudiendo éste exigir la sustitución del producto, salvo que no se pueda contemplar esta opción por las causas descritas anteriormente.

El consumidor podrá exigir la *rebaja del precio y la resolución del contrato* (artículo 121, TRLCU), cuando no pueda solicitar la reparación o la sustitución, o que éstas no se hayan realizado en un plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor. Aunque si la falta de conformidad es de escasa importancia, el consumidor no podrá exigir la resolución del contrato.

- b. Sustitución: si el producto sustituido fuera también defectuoso o no conforme, el consumidor podrá exigir su reparación (salvo que esta opción resulte desproporcionada).

2.4.2.Responsabilidad del productor

Por otro lado, el TRLCU también recoge en el artículo 124, la responsabilidad que tiene el productor o fabricante indicando que *<<Cuando al consumidor y usuario le resulte imposible o le suponga una carga excesiva dirigirse frente al vendedor por la falta de conformidad de los productos con el contrato podrá reclamar directamente al productor con el fin de obtener la sustitución o reparación del producto>>*. Con lo cual, el fabricante responderá al consumidor cuando la falta de conformidad se refiera al origen, identidad o idoneidad de los productos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad y con las normas que lo regulan.

2.4.3.Reparación y servicios postventa

El artículo 127 del TRLCU, establece que el consumidor y usuario tiene derecho a un adecuado servicio técnico cuando adquiera un producto de naturaleza duradera, así como la existencia de repuestos durante un plazo mínimo de **cinco años** desde el momento en que el producto deje de fabricarse. Además prohíbe el incremento de precios de los repuestos, cobrar por mano de obra, o traslado, costes superiores a los costes medios del sector.

2.5. Ejercicio de derechos por el consumidor y usuario

2.5.1.Plazo para ejercitar la garantía legal

Según el artículo 123 del TRLCU, el consumidor dispone de un plazo de **dos años**, para que el vendedor responda por las faltas de conformidad que se manifiesten desde la entrega del producto. La fecha de entrega del producto se indicará en la factura, ticket de compra y, en ocasiones albarán de entrega. Aunque es importante que el consumidor tenga en cuenta, que siempre será conveniente que la factura tenga el sello del establecimiento para validar la garantía, especialmente cuando se trate de una garantía comercial.

Por otro lado, en los productos de segunda mano, el consumidor y usuario podrá pactar con el vendedor un plazo menor, para las posibles faltas de conformidad, sin que dicho plazo pueda ser inferior a **un año** desde la entrega.

Pero debemos tener en cuenta, que una cosa es el plazo para que el vendedor responda ante las faltas de conformidad (plazo que hemos explicado en los párrafos anteriores); y otra cosa es el plazo que el consumidor y usuario tiene para informar al vendedor sobre la falta de conformidad.

A estos efectos, el consumidor y usuario dispondrá de un plazo de **dos meses**, para informar al vendedor, desde que tuvo conocimiento de la falta de conformidad (aunque también se recoge en la normativa, que el incumplimiento de dicho plazo no supondrá la pérdida del derecho a la garantía, aunque el consumidor se hace responsable de los daños efectuados por el retraso en la comunicación). Con lo cual, el cumplimiento de este plazo se debe a que el consumidor no debe esperar a que el defecto se agrave con el tiempo y a que cuanto antes el vendedor conozca de la existencia de un defecto en un producto, antes podrá resolver tal defecto.

Por este motivo, es aconsejable al efecto del cómputo de los plazos, que el consumidor y usuario se comunique por escrito fehacientemente, especificando que el producto no

funciona correctamente y/o tiene algún defecto. Ya que el tiempo en el que el producto este en reparación o el vendedor tarde en sustituirlo, el plazo de la garantía se suspende.

También debemos tener en cuenta que los **seis meses** posteriores a la entrega del bien, sea nuevo o de segunda mano, son de especial relevancia, ya que se parte de la presunción que la falta de conformidad ya existía cuando el producto se entregó. Aunque en ocasiones, dicha presunción resulta incompatible con la naturaleza del bien o la índole de la falta de conformidad. Es entonces, cuando el vendedor debe demostrar, que el defecto ha aparecido después de la entrega, a causa de un mal uso o de un mantenimiento inadecuado por parte del consumidor y usuario.

En cambio, si la falta de conformidad ha aparecido después de los seis primeros meses hasta los dos años desde la fecha de entrega, le corresponde al consumidor probar que el defecto era de origen y que no se ha debido a un mal uso por su parte.

La acción para reclamar, la sustitución o reparación de un producto por parte del consumidor, prescribe en todo caso, a los **tres años** desde que se hizo efectiva la entrega del producto.

En conclusión, ante la falta de conformidad de un bien adquirido producida en el plazo de dos años, el consumidor y usuario no podrá ejercitar la garantía legal, cuando las averías se hayan producido por golpes o por un mal uso.

2.5.2. Plazo de garantía de las reparaciones

Cuando la reparación de un producto se realiza a un bien aún cubierto por la garantía de compra, la garantía de las reparaciones es de **seis meses**. Aun así, en caso de que el producto ya no este cubierto por garantía legal, las reparaciones que efectúen los servicios técnicos, están garantizadas con una duración mínima de **tres meses**.

Es importante aclarar, que la garantía de las reparaciones tiene validez siempre y cuando el producto se haya reparado por el servicio técnico, es decir, en caso de que se producto se haya manipulado por terceros ajenos al servicio técnico, dicha reparación no tiene garantía. Además, la avería no debe haberse producido por uso inadecuado parte del consumidor.

2.5.3. Plazo para ejercitar la garantía comercial

El artículo 125 del TRLCU, regula que *<<la acción para reclamar lo dispuesto en la garantía comercial adicional prescribirá a los seis meses desde la finalización del plazo de garantía>>*.

2.5.4. ¿Dónde puede informarse el consumidor?

Como hemos especificado en este trabajo, la información para los consumidores y usuarios es un derecho, es por eso, que éstos pueden encontrar más información acerca del contenido de la ley y sobre el procedimiento para presentar una reclamación en España relacionada con la garantía legal de los bienes de consumo dirigiéndose a:

- o Asociaciones de consumidores y usuarios.
- o Servicios de consumo de la Comunidad Autónoma.
- o Oficinas Municipales de Información al consumidor del Ayuntamiento.

Para mayor información en Navarra, podemos acudir, a las páginas web de estas entidades, las cuales adjuntamos en la Bibliografía de este trabajo.

2.6. Procedimiento judicial de interés.

Después de ir avanzando en el análisis de este trabajo, nos va quedando claro que cuando un consumidor compra un bien y éste presenta un defecto en el plazo establecido como garantía, está regulado por ley, que tal defecto sea corregido.

Pero en muchas ocasiones, cuando adquirimos un producto (electrodomésticos, cámaras de fotos, ordenadores, etc.) en un establecimiento comercial, cuando el bien presenta un defecto, el vendedor obliga al consumidor a presentar el producto en el servicio técnico de la empresa para ser analizado. Tal situación, ocasiona que el derecho de garantía del que goza el consumidor, dependa de la valoración que el servicio técnico realice acerca del origen y naturaleza del desperfecto.

Unido a lo anterior, en muchas ocasiones el vendedor sólo admite la reparación del producto defectuoso como única solución, cuando no debemos olvidar que el artículo 119.1 del TRLCU dicta que *<<Si el producto no fuera conforme con el contrato, el consumidor y usuario podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del producto, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada...>>*. Debido a esto, la ley otorga al consumidor la posibilidad de optar entre exigir la reparación o exigir la sustitución, motivo por el cual, tal decisión no depende del vendedor y éste solo podrá negarse a lo que escoja el consumidor, cuando tal decisión resulte desproporcionada.

A continuación vamos a exponer un caso que constituye un recurso de apelación resuelto por una Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid el 24 de julio de 2009. En ella se pretende la anulación de una sentencia dictada por el Juzgado de Primera Instancia nº26 de Madrid, la cual estimaba la demanda de un consumidor a la empresa Media Markt Alcalá de Henares. Con esta demanda el consumidor reclamaba la devolución del importe de 489,23

euros; los cuales había pagado por un ordenador que se averió pasado un año desde su adquisición.

Media Markt se había negado a resolver el contrato, devolviendo la cantidad pagada por el ordenador, según dicta el artículo 121 del TRLCU <<La rebaja del precio y la resolución del contrato procederán, a elección del consumidor y usuario, cuando éste no pudiera exigir la reparación o la sustitución y en los casos en que éstas no se hubieran llevado a cabo en plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor y usuario. La resolución no procederá cuando la falta de conformidad sea de escasa importancia>>. Tal negación por parte de la empresa, se debía a que la avería se había producido pasados seis meses desde la compra.

De hecho, ya había transcurrido más de un año desde la adquisición del ordenador y al consumidor la empresa le había ofrecido la posibilidad de enviar el ordenador al servicio técnico, debiendo abonar los gastos de peritación y envío en caso de que la avería se hubiese debido por un mal uso por parte del adquirente.

Pero la Audiencia Provincial de Madrid desestima el recurso interpuesto por Media Markt, confirmando la sentencia recurrida a favor del consumidor. A continuación adjuntaremos una parte del contenido de la sentencia:

<< (...) no se trata de que se ofreciera una reparación con advertencia de que de no estar cubierta por la garantía la misma sería a cargo de la parte, o sus gastos de peritación, sino que lo que pone de relieve la prueba practicada, y la propia alegación de la parte, es que se parte de la idea, y ello se transmite así al consumidor, de que es quien ha comprado el producto el que debe llevar una peritación que indique que el defecto por el que reclama más allá del primer año de garantía es debido precisamente a un defecto de fabricación; de este modo se sitúa al consumidor frustrado en sus expectativas con la adquisición, y que no olvidemos tiene un producto que está aún en garantía, a la tarea que puede ser difícil y costosa de realizar un peritaje previamente a la reclamación a su vendedora, que por cierto nada indica de si abonaría luego ese peritaje a la parte.

Es decir, en lugar de atender al cliente consumidor que lleva un producto en garantía, sin perjuicio de que advertida una incorrecta manipulación se niegue la reparación o se reclamen los gastos, se hace exactamente lo contrario, no se atiende ninguna reclamación a salvo que el cliente lleve periciales a su costa que justifiquen no se sabe qué procedencia del defecto que siempre podría luego discutirse.

Valorará la entidad demandada la oportunidad de esta política comercial, pero desde luego no es esa la manera en que se tutelan mínimamente los derechos del consumidor, no ya para su satisfacción comercial sino desde el punto de vista estricto de los derechos que le asisten>>.

En conclusión, esta sentencia ha actuado en defensa del consumidor, a pesar de que la empresa vendedora alegaba que ya había transcurrido más de seis meses desde la adquisición, quizás para atenerse al segundo párrafo del artículo 123 del TRLCU <<Salvo prueba en contrario, se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en los seis meses posteriores a la entrega del producto, sea éste nuevo o de segunda mano, ya existían cuando la cosa se entregó, excepto cuando esta presunción sea incompatible con la naturaleza del producto o la índole de la

falta de conformidad>>. Con lo cual, si la falta de conformidad aparece antes de los seis primeros meses, la empresa vendedora no debe exigir al consumidor una peritación que demuestre que el defecto del producto es causado por un defecto originario o de fabricación.

Con esta sentencia, las empresas vendedoras deben plantearse el tipo de respuestas que ha de darse a los consumidores, que reclamen por las faltas de conformidad de los productos adquiridos en sus establecimientos, a pesar de que tal defecto se haya originado, después de los seis primeros meses de la adquisición del bien. Ya que si nos atenemos a esta sentencia, no resultaría correcto por parte de los vendedores, que rechacen cualquier tipo de reclamación ya pasado dicho plazo y mucho menos que requieran una prueba pericial sobre las causas y naturaleza de la avería.

3. CASO REAL: FAGOR ELECTRODOMÉSTICOS

3.1. Exposición del caso

El 03 de abril de 1959 nació la empresa Fagor Electrodomésticos (dedicada a la fabricación y comercialización de electrodomésticos), de la mano de sus fundadores: Alfonso Gorroñoigoitia, Luis Usatorre, Jesús Larrañaga, José María Ormaetxe y Javier Ortubai. Por aquel entonces, sus fundadores eran estudiantes de la escuela profesional Mondragón y decidieron adquirir un pequeño taller de hornillos de petróleo en Vitoria-Gasteiz para empezar a fabricar electrodomésticos.

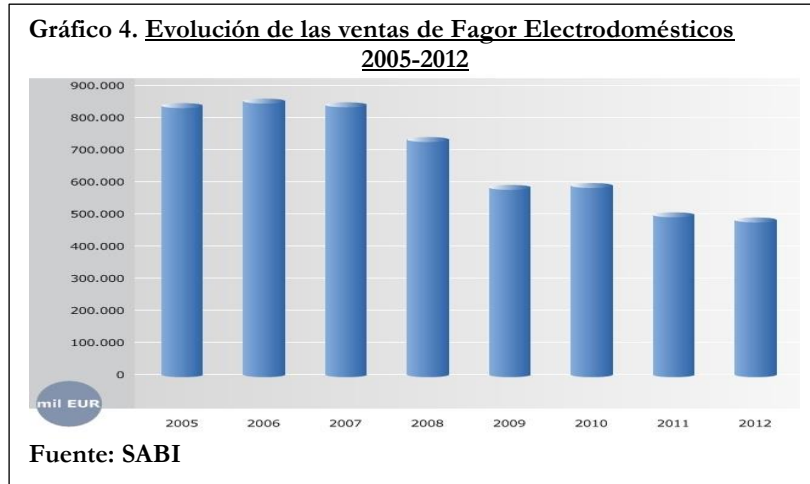
Bajo el nombre de Talleres Ulgor, se trasladan a Mondragón, y posteriormente la empresa se convierte en una Cooperativa. Al registrarla, surgiría Fagor, aunque hasta la década de los 90 seguiría siendo conocida por el nombre de Ulgor.

La vanguardia técnica fue una de las claves de su éxito. En 1978 lanza el primer horno microondas y Fagor resulta pionera en lanzar la garantía de 5 años en los electrodomésticos.

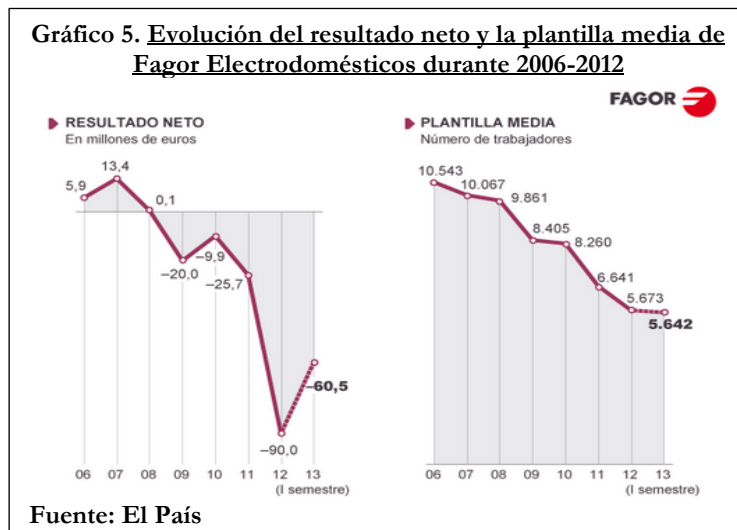
Fagor se internacionalizó en 1994, abriendo una planta de frigoríficos en Marruecos y, tres años después, se convertiría en el primer fabricante Español y el sexto del mundo. La siguiente parada fue Polonia (1999), y después vendrían China, Francia o Italia.

Los problemas empiezan a vislumbrarse en los primeros años de la crisis, con la explosión de la burbuja inmobiliaria. Desde 2007, las ventas de Fagor Electrodomésticos habían caído un 37% (gráfico 4), y desde 2008 su plantilla se había visto mermada a la mitad (gráfico 5), pasando de los 10.000 empleados de entonces a 5642 empleados a finales del año 2013,

repartidos en 13 plantas (cinco de ellas en la Comunidad Autónoma Vasca), solo en El País Vasco contaba con 1600 trabajadores.



Como podemos observar en el gráfico 5, en el primer semestre del año 2013, el grupo había perdido 60,5 millones de euros, lo que triplicaba el resultado negativo del mismo periodo durante el 2012, cuando la Cooperativa había perdido 20,3 millones de euros. Ante un panorama tan traumático, Fagor solicitó en mayo de 2013 ayuda económica al grupo Mondragón, el cual dotó un fondo de 70 millones de euros para socorrer a la compañía de electrodomésticos. Se hizo a costa de destinar a ese fondo parte de los beneficios obtenidos por la cooperativas y de un porcentaje de los salarios de los socios trabajadores.



Pero todos estos esfuerzos fueron en vano, acabando con el cierre de la empresa en la siguiente cronología como redactaba eitb.com el 14/01/2014:

16 de octubre de 2013: Fagor Electrodomésticos entra en preconcursos de acreedores, tras no conseguir los 120 millones de euros necesarios para solventar su delicada situación. La empresa dispone de un plazo de cuatro meses para negociar con sus acreedores.

17 de octubre de 2013: Txema Gisasola envía una carta a todos los cooperativistas de Mondragón. El Consejo General aduce que Fagor Electrodomésticos no es 'viable' y que hay que buscar soluciones ante la debacle de la cooperativa. Entretanto, se produce un baile de cifras sobre la deuda de Fagor Electrodomésticos: se informa de 120 millones en un principio, mientras que después se habla de 170 millones.

30 de octubre de 2013: El Consejo Rector y el Consejo Social de Fagor Electrodomésticos alertan, en una nota conjunta, que si no recibe la financiación solicitada a la Corporación Mondragón y a las instituciones públicas se verá abocada a "una inminente presentación de un concurso de acreedores" que conllevará la "desaparición" de todas las actividades de la empresa. La cooperativa subraya que el plan de viabilidad presentado que posibilitaría la reestructuración de la empresa y el mantenimiento de las actividades rentables, así como una parte importante de sus puestos de trabajo".

Pocas horas después, Corporación Mondragón hace pública otra nota en la que informa que no destinará los fondos solicitados por Fagor Electrodomésticos para financiar su plan de viabilidad, al entender que "no servirían para garantizar su futuro empresarial", que el grupo "no ve viable". La Corporación recuerda, asimismo, ya inyectó 70 millones de euros en la cooperativa en mayo.

13 de noviembre de 2013: Fagor Electrodomésticos solicita concurso de acreedores, casi un mes después de presentar el precurso.

19 de noviembre de 2013: El Juzgado de lo Mercantil número 1 de Donostia-San Sebastián admite el concurso de acreedores voluntario conjunto de Fagor Electrodomésticos. El juez asegura que de documentación aportada se desprende el estado de insolvencia de la cooperativa. Poco después se producen las peticiones para Edesa, Grumal y las filiales en Polonia e Irlanda.

17 de noviembre de 2013: El presidente de Corporación Mondragón, Txema Gisasola, presenta su dimisión, tras un año y medio en el cargo.

Finalmente, la empresa entró en fase de liquidación el 18/03/2014, ocasionando la pérdida de cientos de puestos de trabajo, además de una gran incertidumbre entre los consumidores, que en su domicilio tienen algún electrodoméstico marca Fagor, los cuales no saben cómo actuar, si llegado el caso, deban pedir responsabilidades por la garantía legal o comercial de sus electrodomésticos. Así pues, la finalidad de este apartado, es proporcionar al consumidor, la información necesaria acerca de quiénes son los responsables del cumplimiento de las garantías de los electrodomésticos marca Fagor, ahora que la empresa se haya en fase de liquidación.

3.2. Legislación sectorial: Electrodomésticos

Fagor Electrodomésticos era una cooperativa que se dedicaba a la fabricación y comercialización de electrodomésticos, mini domésticos, climatización para uso doméstico y mobiliario de cocina. Su código primario CNAE 2009 era el 2751 (Fabricación de Electrodomésticos) y el secundario 4643 (Comercio al por mayor de aparatos electrodomésticos).

La normativa vigente correspondiente a la fabricación de electrodomésticos en España, y que por consiguiente a la que Fagor se debía acoger es:

En materia de garantías:

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de Los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

En materia de condiciones de seguridad:

Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos.

Real Decreto 7/1988, de 8 de enero, sobre exigencias de seguridad del material eléctrico destinado a ser utilizado en determinados límites de tensión.

En materia de etiquetado:

Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a la venta directa a los consumidores y usuarios.

En materia de consumo y etiquetado energético:

Real Decreto 1390/2011, de 14 de octubre, por el que se regula la indicación del consumo de energía y otros recursos por parte de los productos relacionados con la energía, mediante el etiquetado y una información normalizada.

Real Decreto 219/2004, de 6 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1326/1995, de 28 de julio, que regula el etiquetado energético de frigoríficos, congeladores y aparatos combinados electrodomésticos.

Real Decreto 284/1999, de 22 de febrero, por el que se regula el etiquetado energético de las lámparas de uso doméstico.

Real Decreto 864/1998, de 8 de mayo, por el que se regula el etiquetado energético de los lavavajillas domésticos.

Real Decreto 701/1998, de 24 de abril, por el que se regula el etiquetado energético de las lavadoras-secadoras combinadas.

Real Decreto 1626/1997, de 24 de octubre, por el que se modifica el Real Decreto 607/1996, de 12 de abril, que se regula el etiquetado de las lavadoras domésticas.

Real Decreto 574/1996, de 28 de marzo, por el que se regula el etiquetado energético de las secadoras de ropa de tambor domésticas.

En materia de reparaciones:

Real Decreto 58/1988, de 29 de enero, sobre protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico. Queda derogado el artículo 8.1 y 2 por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

En materia de reciclaje:

Real Decreto 208/2005, de 25 de febrero, sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos.

3.3. Análisis de las garantías ofrecidas por Fagor

Con la entrada en funcionamiento en el año 2003 de la Ley que regulaba las garantías post-ventas de todos los productos vendidos, la Sociedad estaba obligada a ofrecer una garantía post-venta que cubriera una parte del coste de las reparaciones realizadas, durante los dos primeros años (garantía legal) desde la instalación del electrodoméstico. Su estimación se realizaba de acuerdo al periodo cubierto por las mismas y la experiencia de pagos efectuados para hacer frente a las reparaciones surgidas. Dicha provisión se calculaba en relación a las ventas. En la tabla 2, se observa la provisión por garantías que la empresa hizo en los años 2011 y 2012.

	Garantías	Ventas
Saldo al 31 de diciembre de 2010	7330	
Dotaciones Provisiones 2011	5079	1,2%
Saldo al 31 de diciembre de 2011	4947	434038
Dotaciones Provisiones 2012	9104	2,2%
Saldo al 31 de diciembre de 2012	5994	415630

Fuente: Elaboración propia con las Cuentas Anuales Fagor Electrodomésticos

*Datos en miles de euros

En la tabla 2 podemos observar, que ante unas ventas de 434.038 miles de euros en el año 2011, la empresa dotó un 1,2% de provisiones para garantías de sus electrodomésticos. Ya durante el año 2012, Fagor dotó un 1% adicional respecto al año anterior (2,2%), quedando a final del año 2012 unas provisiones por garantías de 5.994 miles de euros.

Otro aspecto que debemos tener en cuenta, es que la Sociedad mantuvo hasta el 31 de diciembre de 2007, para sus productos con marca Fagor vendidos hasta el mes de mayo de

2006, una garantía total de 5 años ofreciendo, por tanto, una garantía adicional de otros tres años, que cubría la reparación o reposición de piezas y componentes necesarios, derivados de las averías sufridas por causa accidental, estando a cargo del consumidor los costes de desplazamiento y mano de obra. En el ejercicio 2008, la Sociedad decidió cancelar la garantía adicional voluntaria de otros tres años adicionales que ofrecía a los clientes de manera gratuita, pasando a ofrecer otro tipo de garantía adicional, que mediante previo pago por parte del consumidor (garantía comercial), ofrecía una garantía adicional de cinco años que cubría únicamente parte de los costes asociados a las reparaciones, estando únicamente sujetos aquellos aparatos de uso doméstico vendidos en el mercado nacional bajo la marca Fagor.

3.4. Cómo afecta el cierre de Fagor a la garantía de los electrodomésticos

Ante el cese de Fagor el pasado mes de marzo, muchos han sido los interrogantes por parte de los consumidores y usuarios, acerca de quiénes son los responsables de los electrodomésticos, que en la actualidad siguen en garantía legal (2 años). Por ejemplo, si un consumidor compró un frigorífico el mes de noviembre del año 2012 en Media Markt, éste electrodoméstico cuenta con una garantía legal que dura hasta el mes de noviembre del año 2014. ¿Qué debe hacer el consumidor si se estropea el frigorífico en el mes de junio de 2014?, muy sencillo, debe acudir a Media Markt con el ticket de compra o factura acreditativa y el documento de la garantía que venía junto con el frigorífico.

Según el TRLCU, el consumidor tiene tres opciones: pedir la reparación del frigorífico, que le ofrezcan la sustitución del mismo o que le devuelvan el dinero. En todo caso, Media Markt, está obligado a subsanar el problema aunque Fagor, el fabricante, haya cerrado. Como bien explicaba Eugenio Ribón (responsable de los servicios jurídicos de CEACCU) *"El responsable en este caso es el vendedor. Las tiendas o establecimientos tienen que hacerse cargo de los dos años de garantía exigidos por la ley. Pueden o reparar el producto o sustituirlo o devolver el dinero al comprador"*.

3.4.1. Garantías adicionales que ofrecía Fagor

Según los datos ofrecidos en la página web de Fagor (última actualización 13 de diciembre de 2013), la empresa ofrecía a sus clientes cuatro garantías adicionales compatibles con la garantía legal de dos años de sus electrodomésticos. A continuación adjuntaremos la tabla 3, en donde resumiremos, la información ofrecida en la página de la empresa, respecto a las garantías adicionales:

Tabla 3. Resumen de las Garantías Adicionales ofrecidas por Fagor.

<ul style="list-style-type: none"> •Garantía adicional e independiente de la garantía legal. •Avala la calidad de todos los productos marca Fagor. •Solicitud Gratuita. •Cubre durante dos años desde la compra, el coste de las reparaciones ante faltas de conformidad. 	<ul style="list-style-type: none"> •Esta promoción es válida para todas las calderas y calentadores. •Solicitud Gratuita. •Incluye 2 años de garantía total, en piezas, mano de obra y desplazamiento.
<p>GARANTÍA FAGOR 2 AÑOS DE GARANTÍA TOTAL</p>	<p>FAGOR CONFORT 2 AÑOS 2 AÑOS GARANTÍA TOTAL para calentadores y calderas</p>
<ul style="list-style-type: none"> •Promoción válida desde 01/05/2013 hasta el 31/12/2013, en la compra de Termos Eléctricos. •Solicitud Gratuita. •Incluye 5 años de garantía total, en piezas, mano de obra y desplazamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> •Una vez transcurridos los 24 meses de garantía legal, cubre cinco años más pagando una tarifa. •Cubre el coste de la mano de obra y los repuestos utilizados en las reparaciones realizadas por el Servicio Técnico de Fagor. •En cuanto a la reparación, no cubre la disponibilidad o el transporte del electrodoméstico. •No se incluye ni la sustitución ni la devolución del precio pagado.
<p>FAGOR CONFORT 5 AÑOS 5 AÑOS GARANTÍA TOTAL TÉRMO</p>	<p>G7 FAGOR 7 AÑOS DE GARANTÍA OPCIONAL</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de la web de Fagor Electrodomésticos.

Como podemos observar en la tabla 3, de las cuatro garantías adicionales ofrecidas por Fagor, tres de ellas se contrataban de manera de gratuita (Garantía Fagor, Fagor Confort 2 años y Fagor Confort 5 años). A pesar de ello constituyen una garantía comercial adicional, según el artículo 125 del TRLCU <<La garantía comercial es aquella que pueda ofrecerse adicionalmente con carácter voluntario y obligará a quien figure como garante en las condiciones establecidas en el documento de garantía y en la correspondiente publicidad>>. Con lo cual, al ser de carácter complementario y sin coste adicional para consumidor, ante el cierre de Fagor Electrodomésticos, el incumplimiento de tales garantías resulta evidente y podemos pensar, que tal situación no resulta una dificultad para el consumidor, pues bien siempre se podrá acoger a la garantía legal.

Pero tal situación no ocurre para aquellos consumidores, que en su momento pagaron un coste adicional por la Garantía G7 Fagor. Tales tarifas (con IVA incluido), que el consumidor puede pagar por esta garantía adicional se resumen en la tabla 4:

Tabla 4. Tarifas Garantía Opcional G7

1 unidad	84,00 €
2 unidades	76,46 €
3 unidades	70,71 €
4 unidades	67,31 €
5 unidades	65,05 €
6 unidades	62,82 €
7 unidades	60,62 €

Fuente: Fagor Electrodomésticos.

En la tabla 4 podemos observar, que el coste de esta garantía para un solo electrodoméstico era de 84€. Para hacernos una idea, si un consumidor compró un Lavavajillas modelo 2LF-454 de Fagor, quizás su coste en el mercado era de alrededor de 276,77€ (precio actual, aunque suponemos que antes del cierre de Fagor era un poco más elevado). Con lo cual, si el consumidor contrató la garantía G7 con el fabricante, el precio de ésta le supuso un 30,35% adicional del coste del electrodoméstico.

El problema que surge ante el cierre de Fagor, es que aquel consumidor que en su momento haya contratado la garantía G7 Fagor, podría perder su dinero, en el caso de que dicha garantía hubiese sido contratada directamente con el fabricante.

En la investigación de este trabajo, nos dirigimos por correo electrónico, al Punto de Información de Consumo en Navarra, preguntándoles acerca de qué pasará con aquellos consumidores que contrataron la garantía comercial con coste adicional de Fagor, cuestionándonos si efectivamente perderían su dinero. La breve respuesta que nos dieron fue:

“En el actual proceso concursal es el administrador el que caso a caso está autorizando la reparación o sustitución de aparatos puesto que hay piezas y aparatos para sustituir pero sujetos a la decisión del administrador al estar la empresa incurso en concurso de acreedores”.

Punto de Información al Consumidor (3 de junio de 2014).

En conclusión, si un consumidor se encuentra en una situación, en la que necesita el cumplimiento de la garantía comercial vigente, por la que en su momento pagó a la empresa Fagor, no tiene más remedio que acudir al administrador concursal que lleva el caso, en busca del cumplimiento de tal garantía.

3.4.2. Garantías adicionales no contratadas con Fagor.

En la mayoría de las ocasiones, los consumidores tienen acordadas garantías comerciales de sus electrodomésticos Fagor, las cuales no han sido contratadas directamente con el fabricante. Tales garantías suelen contratarse en el establecimiento comercial donde ha

comprado el electrodoméstico (remontándonos al ejemplo de antes: Media Markt) o con aseguradoras.

Con lo cual, si la garantía adicional ha sido contratada en el establecimiento comercial donde realizó la compra del electrodoméstico, si éste se estropea durante el periodo de tiempo que dura la garantía adicional, el consumidor tendría que reclamar al establecimiento que se ha comprometido a hacerse cargo de la garantía.

Por otro lado, si la garantía comercial ha sido contratada con una aseguradora, será ésta a través del establecimiento, la responsable de reparar, sustituir o devolver el dinero, ante posibles faltas de conformidad del electrodoméstico.

3.4.3.Regulación del suministro de piezas

Como bien hemos analizado en este TFG, el TRLCU establece en su artículo 127 <<En los productos de naturaleza duradera, el consumidor y usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse>>. Con lo cual, un fabricante debe disponer de piezas de reparación de sus productos hasta 5 años después de dejar de venderlos.

Sin embargo, ante el cierre de Fagor, esto no puede cumplirse, debido a que la empresa ya no existe. Durante una entrevista a El Mundo, la portavoz de la OCU, Ileana Izvernicean, explicó precisamente este asunto: *“En general, cualquier empresa tiene durante cinco años la responsabilidad de mantener un servicio técnico gratuito y piezas de repuesto. Si Fagor se liquida esa obligación desaparecerá porque la empresa no existirá ni física ni jurídicamente. La persona que tenga un problema debería acudir a un servicio técnico pagándolo el o al seguro de hogar si lo tiene”*.

Dicha declaración, fue pronunciada meses antes de la liquidación de Fagor, la cual se produjo el 18 de marzo de 2014. Con lo cual, en este momento si un consumidor posee un electrodoméstico que se haya dejado de fabricar desde el año 2010 hasta la actualidad, en caso de que necesite un repuesto, es imposible que el consumidor se pueda acoger al artículo 127 del TRLCU, ya que Fagor ya no existe físicamente.

3.4.4.Intervención de los seguros del hogar que posean los clientes

Por otro lado, si el consumidor posee un seguro de hogar en el cual se incluye la protección de los electrodomésticos. En caso de avería de un producto Fagor, el consumidor podría acudir al seguro del hogar, aunque lo cierto es, que dependiendo del tipo de seguro contratado, éste cubriría hasta cierto límite cualquier reparación o sustitución del producto.

Por tanto, es primordial que los consumidores consulten la letra pequeña de sus seguros del hogar, para saber de qué manera o en qué porcentaje están amparados.

Por ejemplo, en la actualidad la compañía Mapfre ofrece tres seguros para el hogar: Hogar Familiar, Hogar esencial y Hogar total. Los tres seguros, dentro de las coberturas de asistencia en el hogar, tiene el servicio de reparación de electrodomésticos de línea blanca.

Se conoce como electrodomésticos de línea blanca a todos aquellos aparatos electrónicos que se usan en la cocina, en la limpieza del hogar y en la ventilación. Los más conocidos y que forman parte de muchas viviendas son: estufa, horno microondas, lavadora, lavavajillas, congelador, campana extractora, secadora, calentador de agua, calefactor eléctrico, aire acondicionado, frigorífico, entre otros.

Los seguros de hogar de Mapfre, en cuanto a la reparación de electrodomésticos, cubre dos intervenciones al año para reparar una avería mecánica, eléctrica o electrónica, que sufran los electrodomésticos del hogar antes mencionados. Las coberturas de estos seguros son: el desplazamiento, tres horas de mano de obra y piezas.

Por ejemplo, si calculamos la prima anual de los tres seguros en el simulador de la compañía, para una vivienda cuyas características son: unifamiliar pareada de 75 metros, construida en el año 1950 y de 3 habitaciones. La prima anual que tendría que pagar el posible asegurado, está resumida en la tabla 5:

Tabla 5. Primas anuales de los Seguros de Hogar de Mapfre

Productos	Prima Anual
<input type="radio"/> Hogar Esencial (*) Ver coberturas Ver presupuesto	154,70 Euros
<input type="radio"/> Hogar Familiar Ver coberturas Ver presupuesto	181,46 Euros
<input type="radio"/> Hogar Total Ver coberturas Ver presupuesto	211,13 Euros

Fuente: Simulador Seguros Mapfre

Como podemos observar la diferencia entre una prima u otra es de aproximadamente unos 28 euros. Pero lo importante de cualquier seguro del hogar, no es en sí el valor de la prima anual, ya que como advertíamos en el inicio de este epígrafe, el consumidor debe leer la letra pequeña de la cobertura de su seguro del hogar. Ya que por ejemplo, si se le estropea la lavadora marca Fagor, y ésta ya no cuenta con la garantía legal, el seguro de hogar (en este caso de Mapfre), sólo le respondería si se trata de una avería mecánica (fallo de una pieza), eléctrica o electrónica. Y dicha cobertura sólo sería de 3 horas de mano de obra, las cuales dependiendo del problema, podrían resultar escasas. Con lo cual el consumidor,

tendría que abonar la mano de obra de las horas adicionales no cubiertas por el seguro del hogar.

4. CONCLUSIONES

Cómo planteábamos en la Introducción, el motivo que nos llevó a elegir el tema *Compraventa de consumo: el régimen de garantías* como Trabajo de Fin de Grado, se debió a la necesidad que tenemos los consumidores, de conocer cuáles son los derechos con los que contamos a la hora de actuar como adquirentes de bienes. Ya que cómo bien sabemos, los consumidores somos la parte más débil en el contrato de compraventa, debido a que en muchas ocasiones los vendedores y sobre todo los grandes establecimientos comerciales, se arman de todo tipo de artimañas, las cuales resultan abusivas y atentan contra los derechos de los consumidores y usuarios.

Así pues, con la realización de este trabajo, podemos concluir que el régimen de garantías, es la manera en la que se expresan los derechos básicos de los consumidores, en especial el derecho a la protección de los intereses económicos y sociales; el cual surge de la necesidad que tenemos los consumidores y usuarios, de contar con un sistema efectivo de garantías y reclamaciones para la defensa de nuestros derechos.

Dicho régimen de garantías está regulado en el TRLCU, el cual es la referencia normativa en donde se plasma el objetivo que buscábamos con este trabajo. En dicha legislación, se integra la normativa sobre garantías en la venta de bienes de consumo, reguladas en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, la cual se encuentra refundida en él.

En este TFG, también analizamos las diferencias entre la garantía legal y la garantía comercial, las cuales estudiamos a fondo con el ejemplo de Fagor Electrodomésticos, empresa que ante su inminente liquidación, ha ocasionado entre los consumidores bastante desconcierto acerca de quiénes son los responsables de las garantías de sus electrodomésticos, ahora que la empresa se haya en fase de liquidación.

En conclusión, en este trabajo hemos aprendido, que los consumidores tenemos derecho a exigir el cumplimiento de las condiciones que los vendedores ofrecen en sus ofertas, publicidad o promociones, aunque éstas no figuren en el contrato de compraventa. Motivo por el cual, la llamada “publicidad engañosa”, que durante años ha embaucado a muchos consumidores, va en contra de la normativa del TRLCU y puede ser juzgada.

Además también hemos aprendido, que si la falta de conformidad de un producto aparece antes de los seis primeros meses desde su adquisición, el vendedor es el responsable de demostrar que dicha falta de conformidad no existía, ya que la ley presupone, que dicha falta de conformidad ya existía cuando el producto se adquirió.

5. BIBLIOGRAFIA

5.1. Libros y similares

- Acedo Penco, Á. (2012). *Derecho de consumo: análisis jurídico-privado de la Ley general para la defensa de los consumidores de 2007*. Madrid: Dykinson.
- Díaz Alabart, S. (2006). *Garantía en la venta de bienes de consumo*. Madrid: Edisofer.
- Gómez Pérez, F. (2001). *Directiva 1999/44/CE sobre determinados aspectos en la venta y las garantías de los bienes de consumo: una perspectiva económica*.
- Herbosa Martínez, I. (2013). *El contrato de compraventa civil*. Madrid: Civitas.
- Jordá Capitán, E. (2000). *La Directiva 1999/44/CE, de 25 de mayo de 1999, sobre determinados aspectos en la venta y las garantías de los bienes de consumo: Consideraciones respecto de su repercusión en los regímenes de garantía legal y garantía comercial en el ordenamiento jurídico español*.
- Larrosa Amante, M. Á. (2011). *Derecho del consumo. Protección legal del consumidor*. Madrid: El Derecho.
- Lasarte Álvarez, C. (2010). *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*. Madrid: Dykinson.
- Paños Pérez, A. (2010). *Derechos y garantías del consumidor en el ámbito contractual*. Almería: Universidad de Almería.

5.2. Artículos de Revista Digital en Línea

- Botana García, G. A. (2008). Diario La Ley N° 6990. *Contratos con consumidores y usuario*. Ref. D-222, Editorial LA LEY. Recuperado el 20 de abril de 2014 de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2668060>

5.3. Sitios web completos

- Boletín Oficial del Estado. (2014). *Boletín Oficial del Estado*. Madrid: BOE. Recuperado el 01 de marzo de 2014 de <http://www.boe.es/>.
- Instituto de Estadística de Navarra. (2014). *Instituto de Estadística de Navarra*. Navarra: IEN. Recuperado el 15 de mayo de 2014 de <http://www.cfnavarra.es/estadistica/>

- Instituto Nacional de Estadística. (2014). *Instituto Nacional de Estadística*. Madrid: INE. Recuperado el 01 de mayo de 2014 de <http://www.ine.es/>

5.4. Bases de Datos científicas online de la UPNA.

- Aranzadi Digital. (2014). Base de datos jurídica de Thomson Reuters Aranzadi (antiguo Westlaw). Recuperado en los meses de abril y mayo de 2014 de: <http://aranzadi.aranzadidigital.es/maf/app/search/template?stid=all&stnew=true&crumb-action=reset&crumb-label=all>
- SABI. (2014). Directorio de empresas españolas. Recuperado en el mes de mayo de 2014 de: <https://sabi.bvdinfo.com/version-201459/Search.QuickSearch.serv? CID=1&context=YBUYA3XQNMQYSAL>

5.5. Legislación

- Comunidad Europea. (1999). Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de mayo de 1999, *sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo*.
- España. (2008). Orden SCO/453/2008, de 14 de febrero, por la que se *modifica el Real Decreto 1507/2000, de 1 de septiembre, por el que se actualizan los catálogos de productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado y de bienes de naturaleza duradera*.
- España. (2007). *Real Decreto 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias*. Boletín Oficial del Estado, 30 de noviembre de 2007, 287, pp. 49181-49215: TRLCU.
- España. (2003). Ley 23/2003, de 10 de julio, de *Garantías en la Venta de Bienes de Consumo*. Boletín Oficial del Estado, 11 de julio de 2003, 165, pp. 27160-27164.
- España (2002). Ley 34/2002, de 11 de julio, de *servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico*. Boletín Oficial del Estado, 12 de julio de 2002, 166, pp. 25388-25403.
- España. (1998). Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre *condiciones generales de la contratación*. Boletín Oficial del Estado, 14 de abril de 1998, 89, pp. 12304-12314.
- España. (1998). Ley 28/1998, de 13 de julio, de *venta a Plazos de Bienes Muebles*. Boletín Oficial del Estado, 14 de julio de 1998, 167.
- España. (1991). Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre *contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles*. Boletín Oficial del Estado, 26 de noviembre de 1991, 283, pp. 38165-38167.

5.6. Páginas o partes de un sitio web

- Asociación de Consumidores de Navarra. (2014). En Navarra.es. Recuperado el 22 de abril de 2014 de: http://www.navarra.es/home_es/Servicios/ficha/2599/Registro-de-Asociaciones-de-Consumidores-y-Usuarios#documentacion
- Apuntes del grado en Derecho. UNED. *El Contrato de Compraventa*. Recuperado el 30 de marzo de 2014 de: <http://derecho.isipedia.com/segundo/derecho-civil-ii/derecho-de-contratos/11-el-contrato-de-compraventa>
- Centro Europeo del Consumidor en España. (2014). Recuperado el 01 de abril de 2014 de: http://www.cec.consumo-inc.es/secciones.php?id_sec=16&id_subsec=
- Confederación de Consumidores y Usuarios. Publicaciones. (2014). *Garantías de los Bienes de Consumo*. Recuperado el 01 de marzo de 2014 de: http://www.cecu.es/publicaciones/INC09_inf_garantias.pdf
- Espina, S. (2009). El consumo. Blog dedicado al derecho de consumo y a otras cosas. Recuperado el 25 de mayo de 2014 de: <http://elconsumo.blogspot.com.es/2009/09/garantia-de-bienes-muebles-y-servicio.html>
- Garantías Comerciales Fagor. Fagor Electrodomésticos. Recuperado el 29 de mayo de 2014 de: <http://www.fagor.com/web/es/garantias>
- Gómez, I. (2013). Economía eitb. *Un pequeño taller de Gasteiz vio nacer Fagor Electrodomésticos en 1956*. Recuperado el 16 de mayo de 2014 de: <http://www.eitb.com/es/noticias/economia/detalle/1682190/historia-fagor-electrodomesticos--nacio-1956-vitoriagasteiz/>
- Ormazabal, M. (2013). El País. *Fagor hace temblar al cooperativismo*. Recuperado el 16 de mayo de 2014 de: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/10/16/paisvasco/1381919635_229197.html
- Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid. (2014). Productos. *Legislación de electrodomésticos*. Recuperado el 04 de mayo de 2014 de: http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=Page&childpagename=PortalConsumidor%2FPage%2FPTCS_contenido&cid=1343064074887&packedargs=language%3Des&pagename=PTCS_wrapper

- Redacción eitb. (2014). Economía eitb. *Cierre de Fagor Electrodomésticos: CRONOLOGÍA de los hechos*. Recuperado el 16 de mayo de 2014 de:
<http://www.eitb.com/es/noticias/economia/fagor-edesa-electrodomesticos/detalle/1914622/cierre-fagor-electrodomesticos--cronologia-hechos/>
- Seguros de Hogar. Mapfre Familiar. *Simulación seguros de hogar*. Recuperado el 03 de junio de 2014 de: <http://www.mapfre.com/seguros/es/particulares/soluciones/seguros-hogar.shtml>
- Servicios de Consumo de Navarra. (2014). En Navarra.es. Recuperado el 22 de abril de 2014 de:
http://www.navarra.es/home_es/Gobierno+de+Navarra/Organigrama/Los+departamentos/Asuntos+Sociales+Familia+Juventud+y+Deporte/Organigrama/Estructura+Organica/?idunidadactual=10003711