

Principales novedades que introduce la Ley 3/2014, de 27 de marzo, en el régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento

Lucía Vázquez-Pastor Jiménez

Facultad de Derecho
Universidad Pablo de Olavide

Abstract

Con el fin de transponer al ordenamiento español la Directiva 2011/83/UE, de 25 de octubre, sobre los derechos de los consumidores, ha sido aprobada la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Entre las novedades más significativas que introduce la citada Ley, cabe destacar la modificación sustancial del régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil, cuyo análisis constituye el objeto de este trabajo. A tales efectos, se presta especial atención a tres aspectos que conforman dicho régimen: la forma del contrato, el deber de información precontractual y el derecho de desistimiento.

In order to transpose the Spanish law the Directive 2011/83/EU, of 25 October, on the rights of consumers, the Law 3/2014, of 27th March, which amends the Text of the legislation of Consumers and Users (RDLeg 1/2007) has been approved. Among the most significant novelties introduced by the aforementioned Law, it is worth pointing out the substantial modification of the legal regime of contracts concluded away from business premises, which analysis is the purpose of this paper. To this end, special attention is given to three aspects that constitute this regime: the form of the contract, the duty of pre-contractual information and the right of withdrawal.

Title: Duties of efficiency and freedom to act

Palabras clave: Contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil, consumidor, comerciante, documentación del contrato, información precontractual, derecho de desistimiento

Keywords: Contracts negotiated away from business premises (off-premises contracts), consumer, trader, contract documentation, pre-contractual information, right of withdrawal

Sumario

1. Introducción
 - 2.1. Celebración del contrato fuera del establecimiento comercial del empresario
 - 2.2. Factor sorpresa
 - 2.3. Presencia física simultánea del empresario y el consumidor
3. Los requisitos formales
 - 3.1. El deber de documentar el contrato
 - 3.2. Consecuencias del incumplimiento del requisito de documentación del contrato
4. El deber de información precontractual
5. El derecho de desistimiento
 - 5.1. Fundamento del derecho de desistimiento
 - 5.2. Condiciones de ejercicio
 - a. La forma
 - b. El plazo
 - 5.3. Consecuencias derivadas de su ejercicio
 - 5.4. Excepciones al derecho de desistimiento
6. Conclusiones
7. Tabla de sentencias
8. Bibliografía

1. Introducción

Se procede a analizar en el presente trabajo las novedades más significativas que introduce la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (BOE nº 76, de 28.3.2014) en el régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil. Esta Ley, como es sabido, es aprobada con el fin de transponer a nuestro ordenamiento interno la Directiva 2011/83/UE, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores (DOUE nº 304, de 22.11.2011) (en adelante, Directiva 2011/83/UE). La citada Directiva había derogado la normativa europea vigente sobre la protección de los consumidores en los contratos celebrados a distancia y los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, estableciendo un nuevo marco legal en esta materia.

Como explica el legislador europeo, la Directiva 85/577/CEE del Consejo, de 20 de diciembre de 1985, referente a la protección de los consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia “han sido reexaminadas a la luz de la experiencia adquirida, a fin de simplificar y actualizar las normas aplicables y eliminar las incoherencias y lagunas no deseadas. Este reexamen ha mostrado que conviene sustituir las dos Directivas citadas por la presente Directiva. Por tanto, la presente Directiva debe fijar normas estándar para los aspectos comunes de los contratos a distancia y fuera del establecimiento y alejarse del principio de armonización mínima presente en las Directivas anteriores, permitiendo al mismo tiempo a los Estados miembros mantener o adoptar normas nacionales en relación con determinados aspectos”. Así las cosas, el artículo 31 de la Directiva 2011/83/UE las deroga expresamente.

Consiguientemente, con la entrada en vigor de esta nueva Ley reformativa del Texto Refundido de consumidores (en adelante, TRLGDCU) se ha producido una modificación sustancial del régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento, de la que daremos cuenta a lo largo de las siguientes páginas, centrandó la atención principalmente sobre tres aspectos fundamentales: los requisitos formales del contrato, el deber de información precontractual y el derecho de desistimiento del consumidor. Mas, como presupuesto de partida para el estudio de esta reforma, se considera oportuno definir y delimitar previamente el contrato objeto de estudio.

2. El contrato celebrado fuera del establecimiento mercantil. Notas que lo delimitan

El contrato objeto de análisis es aquel negocio que se celebra entre un empresario (o un tercero que actúa por su cuenta) y un consumidor fuera del establecimiento comercial del empresario y a iniciativa de éste. Se trata, pues, de una modalidad de contratación en la que se invierte la manera habitual en la que se concluyen los contratos de consumo. Así, a diferencia de lo que sucede en la generalidad de los casos en los que el consumidor es quien *motu proprio* se desplaza al establecimiento comercial del empresario para adquirir los bienes ofertados por éste, en la contratación fuera del establecimiento mercantil es el comerciante o sus auxiliares quienes acuden físicamente al lugar donde se encuentra el consumidor para ofrecerle esos productos y

celebrar el correspondiente contrato. Se entiende así que dicha figura incluye, en principio, los contratos celebrados en cualesquiera sitios donde se encuentren los potenciales clientes¹.

Ciertamente, como su propio nombre indica, la particularidad principal en este tipo de contratos es el lugar de celebración del mismo o, dicho sea de otro modo, se caracteriza fundamentalmente por el sitio en el que concurren la oferta y la aceptación, que ha de estar fuera del establecimiento mercantil del empresario, como puede ser, por ejemplo, el domicilio del consumidor o la oficina en la que trabaja. Con todo, este dato locativo no es exclusivo de este contrato, pues también la contratación a distancia se realiza fuera de los establecimientos mercantiles. Conviene, por ende, incidir con mayor detenimiento en los caracteres que, además del anterior, delimitan especialmente este contrato fuera de establecimiento, diferenciándolo de la contratación a distancia, cuales son la iniciativa del empresario y la necesaria presencia física simultánea de las partes a la hora de perfeccionar el contrato.

2.1. Celebración del contrato fuera del establecimiento comercial del empresario

Tal como apuntábamos, el contrato que nos ocupa se caracteriza fundamentalmente por llevarse a cabo fuera de los establecimientos comerciales. En rigor, partiendo del artículo 92.2 a) TRLGDCU, podrá celebrarse en cualquier lugar distinto del establecimiento mercantil del empresario que concierne el contrato, lo que nos lleva entonces a preguntarnos qué debemos entender por dicho establecimiento, especialmente cuando se trata de lugares que se prestan a una interpretación dudosa por su ambivalencia² (piénsese, por ejemplo, en los *stands* ubicados en ferias y exposiciones o en un puesto de venta colocado temporalmente en una plaza).

A este respecto, a diferencia de lo que ocurría en la regulación anterior de este contrato, la Ley 3/2014 incluye en el Texto Refundido una definición de establecimiento mercantil, entendiendo por tal “toda instalación inmueble de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma permanente; o toda instalación móvil de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma habitual” [artículo 59 bis 1 d)]. Como bien puede observarse, con este precepto se establecen *ex lege* los criterios que permiten determinar si un lugar dispuesto por el empresario se puede considerar establecimiento mercantil a los efectos de la normativa que nos ocupa. Concretamente, lo que se requiere es que se trate de un sitio en el cual el comerciante ejerza su actividad de forma permanente o habitual.

En esta línea, explica el Preámbulo de la citada Ley, se incorpora al Texto Refundido un concepto de establecimiento mercantil que comprende “todo tipo de instalaciones (como tiendas, puestos o

¹ Así, como apunta PEÑA LÓPEZ (2009, p. 1334), caben en esta modalidad de contratación desde la tradicional venta puerta a puerta o venta a domicilio hasta las conocidas reuniones en hoteles u otros espacios a las que acuden los consumidores, atraídos por la promesa de un regalo y no informados de que se les va a tratar de vender unos bienes, o las denominadas *homes parties* en las que varios consumidores se reúnen en la casa de uno de ellos para recibir la oferta, pasando por las ofertas efectuadas por los auxiliares del empresario en el lugar de trabajo del consumidor.

² REYES LÓPEZ (2013, p. 293).

camiones) que sirvan al empresario como local de negocios permanente o habitual. Si cumplen esta condición, los puestos de mercados y los stands de ferias se consideran también como establecimientos mercantiles. Asimismo, se considera un establecimiento mercantil la instalación de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma estacional, por ejemplo, durante la temporada turística en una estación de esquí o en una zona de playa, puesto que el empresario ejerce allí su actividad de forma habitual. Sin embargo, los espacios accesibles al público, como calles, centros comerciales, playas, instalaciones deportivas y transportes públicos, que el empresario utilice de forma excepcional para su actividad empresarial, así como los domicilios privados o lugares de trabajo, no se consideran establecimientos mercantiles". Adviértase que el legislador hace mención expresa a los mercados y *stands* de feria; eso sí, podrán considerarse como establecimiento siempre que el comerciante ejerza su actividad en los mismos de forma habitual. En realidad, aunque con esta última precisión el legislador trata de no apartarse de la definición que recoge el articulado, resulta difícil pensar en un *stand* comercial establecido en una feria, salón o exposición en el que el empresario ejerza su actividad habitualmente, siendo más común que utilice este tipo de instalaciones con carácter excepcional para el desarrollo de su actividad empresarial.

2.2. Factor sorpresa

El contrato celebrado fuera de establecimientos comerciales se caracteriza, además, porque la iniciativa de la contratación la toma el empresario, de manera que el consumidor no está preparado para negociar al encontrarse desprevenido, siendo, pues, una característica fundamental de estos contratos el factor sorpresa. Así, como nos explica BOTANA GARCÍA, este tipo de contrato se dirige normalmente a personas que no han manifestado su deseo de contratar y se juega por ello con el factor sorpresa. Cuando llaman a nuestra puerta, el empresario está ya en posición de superioridad por un doble motivo. Primero porque el momento de la visita es elegido por él, y segundo porque su argumentación de venta está puesta a punto frente a un cliente un poco desamparado, sorprendido, y que se siente incómodo ante la dialéctica persuasiva utilizada por el comerciante³.

En este orden de consideraciones, cabe llamar la atención sobre una de las novedades que introduce la Ley 3/2014. Antes de la misma, la normativa reguladora de la figura contractual que se estudia, en concreto el artículo 107.1 b) del Texto Refundido en su anterior redacción excluía de su ámbito de aplicación los contratos celebrados en la vivienda del consumidor o en su centro de trabajo, si la visita del empresario o de la persona que actuara por su cuenta había sido solicitada expresamente por el consumidor⁴. La razón de tal exclusión, a tenor de la

³ BOTANA GARCÍA (1994, p. 34).

⁴ Además de la iniciativa del consumidor, el citado precepto exigía la concurrencia de una serie de circunstancias: en concreto "que la visita del empresario tenga lugar transcurrido el tiempo establecido por el consumidor o, en su defecto, transcurrido un tiempo razonable atendida la naturaleza del objeto del contrato y su precio y se desarrolle de acuerdo con la finalidad previamente establecida". Con todo, conviene precisar que en la práctica los tribunales venían siendo muy estrictos a la hora de apreciar la concurrencia de estas circunstancias. En este sentido, encontramos sentencias según las cuales la visita del empresario que responde a una mera solicitud de

jurisprudencia, es “que en estos casos desaparece el elemento sorpresa, al proceder la iniciativa del propio consumidor y no del comerciante, o celebrarse la entrevista conforme a un proyecto o acuerdo previo, disponiendo aquél de la posibilidad de comparar la oferta con otras similares” [SAP Madrid, Sec. 13ª, 17.9.2007 (AC 2007/2035)]. Pues bien, con la nueva Ley es indiferente que la visita del empresario haya sido solicitada por el consumidor, pues a tenor de su Preámbulo, ello no obsta para que éste se vea enfrentado a un elemento sorpresa. Entiende, pues, el legislador que lo realmente determinante para que el consumidor pueda estar bajo posible presión psicológica o se vea enfrentado a un elemento sorpresa es que éste se encuentre fuera del establecimiento, al margen de que haya solicitado o no la visita del empresario.

Pero es más, la normativa reformada será de aplicación asimismo a aquellas situaciones en que se establece un contacto personal e individual con el consumidor fuera del establecimiento, aunque luego el contrato se celebre inmediatamente después en el establecimiento mercantil del empresario [art. 92.2 c) TRLGDCU]. Y también a los contratos celebrados durante una excursión organizada por el empresario con el fin de promocionar y vender productos al consumidor [art. 92.2 d) TRLGDCU].

En resumidas cuentas, puede concluirse que una nota delimitadora de esta figura contractual es la asunción por el empresario de la iniciativa de las negociaciones, sorprendiendo así al consumidor, que se encuentra desprevenido y no está preparado para dichas negociaciones, de manera que no puede comparar la calidad y el precio de la oferta con otras ofertas existentes en el mercado.

2.3. Presencia física simultánea del empresario y el consumidor

Otra característica del contrato celebrado fuera del establecimiento también mencionada inicialmente es la presencia física simultánea de las partes contratantes a la hora de celebrar el contrato⁵, circunstancia ésta que resulta esencial para diferenciarlo del contrato a distancia. Precisamente, esta concurrencia física de empresario y cliente en un lugar no destinado habitualmente al comercio, como puede ser su domicilio o la oficina en la que trabaja, genera asimismo lo que la doctrina denomina la presión psicológica a la compra⁶. Dicha presión limita, sin duda, la libertad negocial del consumidor.

información que realiza el consumidor no permite excluir el contrato del ámbito de protección legal de aquella normativa sobre contratos celebrados fuera de establecimientos comerciales. Pueden verse, entre otras, las SSAP Sevilla, Sec. 8ª, 30.6.2003 (JUR 2003/269020), AP Málaga, Sec. 5ª, 28.7.2003 (JUR 2003/225559). Y, lo que es más, la jurisprudencia aludía frecuentemente a la falta del transcurso del plazo razonable entre la invitación del consumidor y la visita del empresario para impedir que el contrato objeto de litigio quedase excluido del ámbito legal protegido [véanse las SSAP Castellón, Sec. 1ª, 30.11.2002 (AC 2003/174), AP Valladolid, Sec. 3ª, 18.10.2004 (JUR 2004/ 291923) y AP Vizcaya, Sec. 3ª, 2.12.2004 (JUR 2005/67896)]. Al respecto, BARBER CÁRCAMO (2011, p. 1029).

⁵ El artículo 92.2 a) del Texto Refundido reformado contempla, literalmente, los “Contratos celebrados *con la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario*, en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario [la cursiva es nuestra]”.

⁶ MIRANDA SERRANO (2012, p. 184).

Efectivamente, como explica FERNÁNDEZ-ALBOR, el consentimiento del consumidor que es abordado por el empresario en estas circunstancias con objeto de concluir un contrato, en ningún caso puede ser equiparable a aquél que se presta por quien lleva ya un tiempo reflexionando sobre la compra de un producto y por ello se ha informado de los precios existentes en el mercado y de las características del mismo, y una vez madurada su decisión acude al establecimiento comercial elegido para adquirir ese bien. La declaración contractual del consumidor visitado inesperadamente por el empresario (o sus agentes) no es el resultado de un proceso libre y espontáneo de maduración de su voluntad contractual; antes bien, es el resultado de una voluntad condicionada por la solicitud contractual intempestiva y por la presencia física del empresario⁷.

En suma, de todo lo anteriormente expuesto se desprende que el contrato realizado fuera de establecimientos comerciales no constituye una práctica comercial irregular, si bien es cierto que, por sus especiales características y la vulnerabilidad del consumidor, se presta a abusos, y por ello requiere ser objeto de una reglamentación específica. Con dicha normativa lo que se pretende fundamentalmente es evitar que mediante esta técnica de contratación se coarte la libertad de decisión negocial del consumidor, que rige en los sistemas de economía de mercado⁸.

A estos efectos, como tendremos ocasión de ver más adelante, el legislador confiere al consumidor que contrata fuera de los establecimientos comerciales la posibilidad de desistir del contrato celebrado dentro de un plazo de tiempo determinado. Y se protege asimismo al consumidor en esta figura contractual mediante la exigencia legal de la documentación del contrato o de la oferta contractual. Se está haciendo referencia en estas líneas a dos de los instrumentos jurídicos de protección del consumidor que más eficacia y utilidad han demostrado en las últimas décadas: el derecho de desistimiento *ad nutum* y el valor tuitivo de los intereses del consumidor que tiene la forma en los contratos de consumo⁹.

En este mismo sentido, señala la jurisprudencia menor que “la contratación fuera del establecimiento del comerciante, entrando éste en contacto con el consumidor, en algún modo sorprende al mismo y produce, como consecuencia, un déficit de reflexión y conciencia negocial en él y, también, un déficit de información respecto de otros productos, otros competidores y otras posibilidades de consumo, afectando, en fin, a su libertad contractual, todo lo cual justifica que la Ley sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles se asiente sobre dos pilares básicos dados en protección de su interés cuales son, las exigencias de forma y documentación del negocio y el derecho de revocar el contrato” [SAP Asturias, Sec. 7ª, 4.1.2005 (AC 2005/759)].

Pero, además, hemos de mencionar aquí también otro instrumento de protección de los intereses del consumidor que, con la reforma del Texto Refundido, cobra carta de naturaleza en esta figura

⁷ FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR (1993, p. 591).

⁸ MIRANDA SERRANO (2012, p. 185).

⁹ PEÑA LÓPEZ (2009, p. 1332).

contractual que se analiza; nos referimos a la obligación de información precontractual que se impone *ex lege* al empresario. Así, como veremos posteriormente, antes de que el consumidor quede vinculado por cualquier contrato celebrado fuera del establecimiento u oferta correspondiente, el empresario deberá facilitarle obligatoriamente determinada información (artículo 97 TRLGDCU).

Por consiguiente, podría decirse que la regulación sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles se asienta, no ya sobre dos, sino sobre tres pilares básicos que se articulan en protección del interés del consumidor, cuales son, la exigencia de formalización del contrato, el deber de información precontractual que compete al empresario y el derecho de desistimiento del consumidor. Veamos, pues, cuáles son las principales novedades que introduce al respecto la Ley 3/2014 reformadora del Texto Refundido.

3. Los requisitos formales

3.1. El deber de documentar el contrato

Como se acaba de apuntar, una de las novedades importantes que introduce la nueva Ley 3/2014 en sede de contratos celebrados fuera del establecimiento es el deber de información precontractual que se impone al empresario frente al consumidor. Sobre dicha información trataremos específicamente en el siguiente epígrafe. Empero, traemos ahora a colación este deber porque de él deriva el primero de los requisitos formales que impone el Texto Refundido tras la reforma que afecta a este tipo contractual. Así, partiendo de su artículo 99.1, en los contratos celebrados fuera del establecimiento, el empresario facilitará al consumidor la información precontractual exigida en el artículo 97.1 en papel o, si el mismo está de acuerdo, en otro soporte duradero. Se entiende por soporte duradero, “todo instrumento que permita al consumidor y usuario y al empresario almacenar información que se le haya dirigido personalmente de forma que en el futuro pueda consultarla durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros, tiene la consideración de soporte duradero, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos, así como los mensajes SMS” [artículo 59 bis 1 f) TRLGDCU].

Nos hallamos pues ante un contrato formal, para el cual se exige que la información precontractual se exteriorice de una manera determinada: en concreto, la regla por defecto es que el contrato se documente en papel; mas, si el consumidor está conforme, se admite otro soporte duradero distinto como puede ser, por ejemplo, el correo electrónico.

He aquí otra novedad de la Ley 3/2014, que transpone la Directiva 2011/83/UE, al permitir el uso de un soporte de confirmación del contrato distinto al papel. Sobre este particular, REYES LÓPEZ señala que, como consecuencia de los avances técnicos, en el Derecho comunitario se aprecia un proceso de evolución dirigido a equiparar la “forma escrita”, tradicionalmente

concebida como la plasmación de ciertos contenidos en un documento en papel, con el almacenamiento de información escrita en cualquier soporte que permita su reproducción posterior por el consumidor. Por consiguiente, concluye la autora, mientras la forma del contrato, entendida en su acepción tradicional, hace referencia al modo en que se expresa el consentimiento, la forma escrita, tal y como viene a ser concebida en el derecho comunitario, atañe al modo en que se cumplen determinadas obligaciones legales de información en el momento de celebración del contrato. Además –añade– si tradicionalmente se identifica la forma escrita con la redacción de un documento público o privado, equiparándose la “escritura” y la propia noción de “documento” con el soporte papel, en el derecho comunitario la noción de “forma escrita” se desvincula de éste, siendo suficiente el empleo de cualquier instrumento que permita reproducir, de manera inalterada, el contenido del contrato¹⁰.

Por otro lado, el citado artículo 99.1 establece que, con independencia de cuál sea el soporte utilizado, la información precontractual deberá ser legible y estar redactada al menos en castellano y en términos claros y comprensibles. La exigencia de legibilidad es una novedad que introduce la Directiva 2011/83/UE, pues no es de las acostumbradas en otras directivas anteriores¹¹.

Asimismo, el empresario deberá facilitar al consumidor una copia del contrato firmado o la confirmación del mismo también en papel o, si éste está de acuerdo, en un soporte duradero diferente (artículo 99.2 TRLGDCU).

La formalización por escrito del contrato fue una novedad introducida en su momento por la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles (en adelante, LCFEM), que optó por reforzar la protección del consumidor en este punto respecto a la Directiva 85/577 que transpuso, toda vez que la normativa europea sólo exigía formalizar por escrito el documento de desistimiento pero no el contrato. De esta manera, como destaca BARBER CÁRCAMO, el legislador español dio tempranamente un paso, en sede de derecho de consumo, que luego seguiría el propio legislador comunitario, desde el derecho a la información del consumidor al formalismo del contrato¹².

En caso de contratos de prestación de servicios o suministro de agua, gas, electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, o calefacción mediante sistemas urbanos, si el consumidor quiere que comience la ejecución del contrato durante el plazo de desistimiento (sobre el que repararemos posteriormente), el empresario le exigirá que presente una solicitud expresa en tal sentido en un soporte duradero (artículo 99.3 TRLGDCU). Es lo que se denomina una solicitud de conformidad.

Siguiendo a GARCÍA RUBIO, con las exigencias de carácter formal que se imponen específicamente en los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales lo que se pretende, dadas

¹⁰ REYES LÓPEZ (2013, p. 297).

¹¹ TWIGG-FLESNER (2013, p. 96).

¹² BARBER CÁRCAMO (2011, p. 1041).

las circunstancias que concurren en dicha figura contractual, es garantizar en la medida de lo posible la reflexión del consumidor y el completo conocimiento de los términos y efectos del contrato, de manera que si el consumidor lo firma esté expresando su voluntad de obligarse en los términos acordados¹³.

Por lo que respecta a la exigencia de firma de la documentación contractual por parte del consumidor, se trata de una demostración de conformidad de quien la pone. Efectivamente, como apunta la jurisprudencia, “el autoreconocimiento o confesión de certeza de la propia firma tiene la eficacia de asumir su contenido, como así lo impone la declaración de voluntad que la suscripción documental comporta, según preceptúa el artículo 1255 CC” [SPA Guadalajara, Sec. 1ª, 19.11.2004 (AC 2004/2356)]¹⁴.

Así las cosas, frente al principio espiritualista o de libertad de forma contractual que consagra el Código Civil (artículo 1278), la normativa específica sobre contratos celebrados fuera de establecimientos comerciales exige la constancia del contrato en papel o, en su caso, en otro soporte duradero para su validez. Dicho sea de otro modo, el legislador establece la documentación del contrato como un requisito esencial para su eficacia.

3.2. Consecuencias del incumplimiento del requisito de documentación del contrato

De acuerdo con el artículo 100 del Texto Refundido reformado, el contrato celebrado sin que se haya facilitado al consumidor una copia o la confirmación del mismo, conforme al artículo 99.2, podrá ser anulado a instancia del consumidor por vía de acción o excepción. Nos centraremos en lo que sigue en esta consecuencia jurídica de la anulabilidad.

En primer lugar, conviene apuntar que este artículo no responde a la transposición de la Directiva 2011/83/UE, en tanto en cuanto la misma no contempla la sanción que se ha de imponer en caso de inobservancia de los requisitos formales, dejando al arbitrio de cada Estado miembro su determinación. En nuestro caso, la Ley 3/2014 ha optado por mantener la regulación anterior en este punto añadiendo alguna pequeña precisión, sobre la que incidiremos en su momento¹⁵. Por eso puede plantearse en relación con este precepto la misma controversia que se planteó con la redacción anterior a la reforma, en torno al valor de la forma en estos contratos y la acción prevista legalmente en caso de incumplimiento.

¹³ GARCÍA RUBIO (1994, p. 283).

¹⁴ En el mismo sentido, véanse las SSAP Guadalajara, Sec. 1ª, 10.10.2006 (AC 2006/1864), AP Madrid, Sec. 14ª, 21.9.2010 (JUR 2010/362299).

¹⁵ En concreto, con anterioridad a la reforma, el artículo 112 del Texto Refundido disponía únicamente que el contrato celebrado con infracción de alguna de las exigencias de formalización y documentación referidas en el epígrafe anterior, podía “ser anulado a instancia del consumidor”. Tras la reforma se añade “por vía de acción o de excepción”.

Ciertamente, el tenor literal de este artículo 100 TRLGDCU parece que se aparta de la regla tradicional en nuestro derecho común, en virtud de la cual cuando se incumple un requisito de forma esencial la sanción no es la anulabilidad sino la nulidad radical del contrato. Ello ha provocado que se cuestione, en primer lugar, si la formalización que exige el legislador es un requisito esencial (*ad solemnitatem*) o no. La opinión doctrinal mayoritaria considera que sí se trata, efectivamente, de un requisito esencial¹⁶. En concreto, ÁLVAREZ LATA nos dice que estamos ante verdaderos contratos formales, en los que la forma no es simplemente *ad probationem* sino que se trataría de una forma *ad solemnitatem*. Y es que la cumplimentación formal en estos contratos no responde sólo a una función probatoria, ni a la oponibilidad de sus efectos frente a terceros, sino que congenia mejor con la finalidad subyacente de la forma *ad solemnitatem*, cual es la de no captación de la voluntad de los contratantes y permitir la prestación de un consentimiento no apresurado¹⁷.

Asimismo, nuestra jurisprudencia se pronuncia mayoritariamente en este sentido. A ello se refiere la SAP Asturias, Sec. 7ª, 21.9.2012 (JUR 2012/369222), cuando señala que desde la óptica de la Directiva 85/577 sobre los contratos celebrados fuera del establecimiento “y del espíritu que en ella late de protección frente al consumidor, la jurisprudencia ha entendido que el requisito de la forma del contrato se convierte en piedra angular del sistema, a modo de garantía ineludible sobre la que se fundamenta tal protección. Se ha reiterado asimismo que el documento contractual deberá contener con caracteres destacados la referencia clara y precisa al derecho del consumidor a revocar el consentimiento otorgado y a los requisitos y consecuencias de su ejercicio, admitiendo la posibilidad de anulación a instancia del consumidor por incumplimiento de estas obligaciones. De ahí que se haya declarado la nulidad del contrato por la inobservancia de los requisitos ‘*ad solemnitatem*’ exigidos por el legislador, con los efectos inherentes de recíproca devolución de las prestaciones recibidas”.

Y, por otro lado, se ha debatido también si, en puridad, la sanción prevista por el artículo 100 TRLGDCU es la anulabilidad o la nulidad radical. Si atendemos a la mencionada regla tradicional, cabría pensar que el incumplimiento del requisito esencial de la forma escrita conlleva la nulidad de pleno derecho del contrato.

En este sentido, FERNÁNDEZ-ALBOR (1993, pp. 595-596) afirma que el contrato celebrado fuera de establecimiento mercantil que no se formalice de acuerdo con los requisitos legalmente exigidos, será un contrato radicalmente nulo. La acción de “anulación” que el legislador concede al consumidor para este supuesto es, pues, una acción de “nulidad”. Se trata, en consecuencia, de una acción meramente declarativa cuyo ejercicio no se encuentra sometido a ningún plazo de prescripción y mucho menos de caducidad. Asimismo, debe señalarse que la legitimación activa para entablar la acción corresponde no sólo al consumidor sino también a terceros interesados, como podrían ser las organizaciones de consumidores, o al propio órgano judicial¹⁸. Y en la misma línea se han pronunciado no pocas sentencias de las Audiencias Provinciales¹⁹.

¹⁶ Véanse, entre otros, FERNÁNDEZ-ALBOR (1993, p. 595), GARCÍA RUBIO (1994, pp. 284 y ss.), BARBER CÁRCAMO (2011, p. 1041).

¹⁷ ÁLVAREZ LATA (2009, pp. 1385-1386).

¹⁸ FERNÁNDEZ-ALBOR (1993, pp. 595-596).

¹⁹ Entre otras, pueden verse las SSAP Valencia, Sec. 7ª, 21.2.2003 (AC 2003/1291), AP Cantabria, Sec. 4ª, 8.3.2004 (JUR 2004/126565), AP Lleida, Sec. 2ª, 26.4.2005 (JUR 2005/173694), AP Málaga, Sec. 5ª, 23.6.2005 (JUR

Sin embargo, lo cierto es que la sanción que procede ante la infracción del deber de documentar el contrato por parte del empresario no es la nulidad de pleno derecho sino la anulabilidad; así lo sostiene actualmente la doctrina de forma unánime (GARCÍA RUBIO, BADENAS CARPIO, PEÑA LÓPEZ, ÁLVAREZ LATA) y también buena parte de la jurisprudencia²⁰. En efecto, a pesar de la falta de claridad legal al respecto y de la jurisprudencia contradictoria en este sentido, el mismo artículo 100 TRLGDCU establece que la legitimación para instar la invalidez del contrato es exclusiva del consumidor, lo que nos permite deducir que la sanción que procede en este caso es la anulabilidad, pues si se tratase de la nulidad radical, operaría *ipso iure*, es decir, no tendría que ser instada la correspondiente declaración judicial, pudiendo ser apreciada de oficio por el juez. Así, siguiendo a BARBER CÁRCAMO, constituye un dato legislativo determinante la legitimación exclusiva del consumidor para el ejercicio de la acción, lo que conduce a su calificación como anulabilidad o nulidad relativa²¹.

Ahora bien, como se ha apuntado previamente, hay que tener presente que con la nueva Ley 3/2014 se ha modificado brevemente la redacción de esta norma añadiendo una precisión que no aparecía con anterioridad, al disponer que el contrato podrá ser anulado por el consumidor “por vía de acción o de excepción”. A decir verdad, esta novedad no aclara la cuestión que aquí se trata; antes bien, introduce un elemento más de confusión.

En efecto, partiendo de una interpretación a *sensu contrario* del artículo 408.2 LEC, la anulabilidad se puede hacer valer por medio del ejercicio de la oportuna acción o mediante reconvencción, sin que sea suficiente la sola excepción²². La jurisprudencia del Tribunal Supremo es reiterada y uniforme en este sentido, señalando el alto tribunal que, si bien la nulidad relativa o anulabilidad ha de ser pedida necesariamente por vía de acción (ejercitada en la demandada principal o en la

2005/238441), AP Sevilla, Sec. 6ª, 13.6.2011 (JUR 2011/374664), AP Castellón, Sec. 3ª, 10.4.2012 (JUR 2012/254736), AP Málaga, Sec. 4ª, 4.3.2013 (JUR 2013/223583) y AP Santa Cruz de Tenerife, Sec. 4ª, 12.6.2013 (JUR 2013/318098). Entre los argumentos que aducen estas resoluciones, se señala que “los contratos con deficiencias formales tan graves, contravienen el artículo 6.3 del CC, ya que ello se traduce en la imposibilidad para el consumidor de conocer en profundidad sus derechos y deberes contractuales afectando a su causa, y por tanto son merecedores de nulidad radical (y no de mera anulabilidad) que determina la inexigibilidad del crédito objeto de la demanda y que hacía innecesario solicitarla por reconvencción” [SAP Valencia, Sec. 7ª, 21.2.2003 (AC 2003/1291)]. Por consiguiente, –se añade– la falta de cumplimiento de los requisitos que impone el artículo 111 del Texto Refundido determina la nulidad del contrato, que puede ser apreciada incluso de oficio por el órgano jurisdiccional, por cuanto que la nulidad deviene de la infracción de una norma de orden público dirigida a la protección del consumidor frente a formas agresivas de contratación, como es la que se celebra fuera del establecimiento mercantil [SAP Castellón, Sec. 3ª, 10.4.2012 (JUR 2012/254736)].

²⁰ Pueden verse, entre otras muchas sentencias, la SAP Baleares, Sec.3ª, 14.12.2004 (JUR 2005/14516), SAP Barcelona, Sec. 4ª, 31.1.2005 (AC 2005/139), SAP Alicante, Sec. 8ª, 10.2.2005 (JUR 2005/80594), SAP Castellón, Sec. 2ª, 3.11.2005 (JUR 2006/107433), SAP Toledo, Sec. 2ª, 20.2.2006 (AC 2006/189), SAP Huelva, Sec. 2ª, 14.1.2007 (JUR 2007/178364), SAP Madrid, Sec. 21ª, 21.3.2007 (JUR 2007/214230), SAP Palencia, Sec. 1ª, 21.9.2007 (JUR 2008/70232), SAP Murcia, Sec. 5ª, 19.12.2007 (JUR 2008/101089), SAP Barcelona, Sec. 16ª, 15.2.2008 (AC 2008/640), SSAP Gerona, Sec. 2ª, 22.4.2008 (AC 2008/1059) y 30.4.2008 (AC 2008/1077), SAP León, Sec. 3ª, 29.5.2008 (JUR 2008/330268), SAP Murcia, Sec. 5ª, 28.11.2008 (JUR 2009/89838), SAP Alicante, Sec. 9ª, 11.5.2010 (AC 2010\1038), SAP Santa Cruz de Tenerife, Sec. 4ª, 7.10.2010 (AC 2011\1120) y SAP Córdoba, Sec. 1ª, 19.7.2011 (AC 2011\2085).

²¹ BARBER CÁRCAMO (2011, p. 1045).

²² Al respecto, véase PUENTE DE PINEDO (2012, pp. 671-672).

demandada reconvenional), la nulidad radical o de pleno derecho se puede hacer valer por vía de acción o de excepción²³.

Ello no obstante, seguimos considerando que la sanción prevista en el Texto Refundido por la infracción que nos ocupa no es la nulidad de pleno derecho, sino la anulabilidad. ¿Significa esto que admitimos que la anulabilidad puede hacerse valer por vía de excepción? La respuesta afirmativa es clara. En nuestra opinión, con esta nueva precisión añadida al artículo 100 TRLGDCU, parece que el legislador ha querido reconocer expresamente –en este tipo de contrato y ante el incumplimiento del requisito de documentación– la posibilidad de que el consumidor pueda ejercer la anulabilidad oponiendo una excepción, sin necesidad de reconvenir²⁴.

Por lo demás, se ha de añadir que no hay ningún precepto de alcance general en nuestro derecho que imponga la nulidad absoluta al incumplimiento de una forma *ad solemnitatem*. Es más, no hay una sanción común para todos los defectos formales del contrato, de modo que una ley concreta puede imponer válidamente a un determinado defecto formal cualquier tipo de ineficacia. Por tanto, es posible, desde el punto de vista jurídico, que se establezca la sanción de anulabilidad para el supuesto de inobservancia de un requisito formal de carácter esencial. En este orden de consideraciones, añade ÁLVAREZ LATA, que el negocio sea anulable y no nulo de pleno derecho no implica necesariamente que la forma no se configure como *ad solemnitatem*, lo que sucede es que el legislador ha preferido, de entre los regímenes de nulidad, la anulabilidad para el acto de contravención de la forma escrita por considerarlo más ajustado a la protección de la parte contratante débil, que es el consumidor²⁵.

En definitiva, la sanción de la anulabilidad parece la más adecuada, y no sólo por las razones apuntadas, sino además porque “el incumplimiento de las mencionadas formalidades no supone necesariamente que el consentimiento prestado por el consumidor no sea íntegro, ni que quiera o le interese resolver el contrato, por lo que será el mismo quien determinará si desea continuar o no con el vínculo contractual” [SAP Córdoba, Sec. 2ª, 6.10.2003 (JUR 2003/270598)].

Partiendo, pues, de que la sanción prevista es la anulabilidad del contrato, cabe preguntarse ahora cuál es el plazo del que dispone el consumidor para instarla y qué consecuencias se derivan de su ejercicio. No dice nada al respecto el legislador, por lo que se deberá acudir al régimen común en materia de anulación de los contratos de los artículos 1301 y siguientes del Código Civil. De acuerdo con dicha regulación, el consumidor dispondrá de un plazo de cuatro años. Este plazo ha de entenderse de caducidad en pro de la seguridad del tráfico jurídico.

²³ Véanse, entre otras, SSTs, 1ª, 4.4.2003 (RJ 2003/2771) y 16.2.2004 (RJ 2004/1415).

²⁴ Para DELGADO ECHEVARRÍA/PARRA LUCÁN (2005, pp. 96 y ss.), que la anulabilidad puede hacerse valer por el demandado, para lograr la absolución de la demanda, mediante oposición de excepción, sin necesidad de reconvenir (es decir, sin ejercitar a su vez una acción contra el demandante y acaso otras personas) es lo que deriva naturalmente de la tradición histórica y de la forma de expresarse el Código Civil (artículo 1824, e implícitamente artículos 1148 y 1853).

²⁵ ÁLVAREZ LATA (2009, p. 1387).

Tengamos en cuenta que el contrato, una vez celebrado, tiene la total apariencia de validez, insertándose así en el tráfico jurídico; precisamente, el plazo de caducidad permite consolidar su validez al limitar la vigencia de las acciones de impugnación²⁶. Por lo que respecta al *dies a quo* para el cómputo de dicho plazo, compartimos la opinión de ÁLVAREZ LATA, que lo sitúa en el momento en que el consumidor reciba el bien o servicio objeto del contrato²⁷. Y, por último, en lo que concierne a los efectos que se derivan del ejercicio de esta acción, las partes deberán restituirse recíprocamente las prestaciones, según lo dispuesto en los artículos 1303 y 1308 CC.

Cabe plantearse en este orden de ideas, si sería posible, partiendo del régimen general de anulabilidad del Código Civil, la confirmación del contrato por el consumidor. ÁLVAREZ LATA considera factible dicha confirmación en aplicación de los artículos 1309 y siguientes. En sus palabras, es sabido que dicha confirmación puede ser expresa o tácita (artículo 1311 CC), por lo que se entenderá confirmado el contrato cuando el consumidor realice explícitamente el acto de confirmación o cuando lleve a cabo actos de los que se derive, necesariamente, que se está renunciando a la impugnación del contrato, como por ejemplo, el cumplimiento aunque sea parcial del contrato²⁸. Sin embargo, se puede hacer alguna objeción a estas consideraciones, especialmente por lo que se refiere a la confirmación tácita. De acuerdo con el citado artículo 1311 CC, “[s]e entenderá que hay confirmación tácita cuando, con conocimiento de la causa de nulidad y habiendo ésta cesado, el que tuviese derecho a invocarla ejecutase un acto que implique necesariamente la voluntad de renunciarlo”. Puesto que tratamos aquí de defectos de forma, su causa no cesa hasta que dichos defectos sean subsanados por el empresario, de manera que, como explica BARBER CÁRCAMO, mientras éste no cumpla sus obligaciones formales pertinentes, procediendo a la documentación del contrato, no cabrá calificar como confirmación del contrato el pago por el consumidor de todo o parte del precio acordado. Sólo a partir del cumplimiento de dichas obligaciones formales cabría entonces confirmar tácitamente el contrato; pero obviamente, este cumplimiento por el empresario comporta, a su vez, la improcedencia de la acción de anulación del artículo 100 TRLGDCU por no darse sus presupuestos y, por ende, de la confirmación²⁹.

Una última precisión. De acuerdo con el artículo 99.4 TRLGDCU, corresponde al empresario en todo caso probar el cumplimiento de los requisitos formales que le impone el mismo artículo. Por tanto, si el consumidor demanda la anulación del contrato por infracción de los requisitos formales, será el primero quien deberá demostrar que ha cumplido dichos requisitos legales. Así se establece expresamente, tras la reforma, en el artículo 100.3 TRLGDCU. De la misma manera

²⁶ MORENO-LUQUE CASARIEGO (2000, p. 297).

²⁷ ÁLVAREZ LATA (2009, p. 1397). Y añade la autora, “otra opción más tuitiva, como el establecimiento del *dies* en el momento en que el consumidor disponga de la información de que no dispuso en el momento de celebrar el contrato, además de vincular necesariamente la causa de impugnación con el déficit de información –lo cual no será así en vicios puramente formales– prolonga aún más un plazo excesivamente dilatado para estos supuestos”.

²⁸ ÁLVAREZ LATA (2009, pp. 1398-1399).

²⁹ BARBER CÁRCAMO (2011, p. 1047).

que si el empresario reclama el cumplimiento del contrato por el consumidor y éste opone su invalidez por infracción de alguno de los requisitos de forma, el empresario deberá demostrar que ha observado sus obligaciones formales³⁰.

4. El deber de información precontractual

Como sabemos, el empresario está obligado a facilitar al consumidor una información legalmente determinada antes de perfeccionar el contrato. Efectivamente, la nueva Ley 3/2014 reformadora del Texto Refundido supone un reforzamiento del deber de informar al consumidor, a través de la ampliación de los requisitos de información precontractual exigibles en los contratos con consumidores, que en el caso de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento del empresario han sido objeto de plena armonización por parte de la Directiva 2011/83/UE. Ciñéndonos en este trabajo a los contratos fuera del establecimiento, la información que el empresario ha de facilitar al consumidor antes de quedar vinculado contractualmente se concreta, conforme al artículo 97.1 TRLGDCU, fundamentalmente en la siguiente.

- Ha de informarle de las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada no sólo a tales bienes o servicios sino también al soporte utilizado en la contratación [letra a)].
- Ha de informarle de su identidad, incluido su nombre comercial [letra b)].
- Ha de facilitarle la dirección completa de su establecimiento comercial y el número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico del mismo, cuando proceda, con objeto de que el consumidor pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz, y, en su caso, la dirección completa y la identidad del empresario por cuya cuenta actúa [letra c)].
- Si la dirección completa de la sede del empresario difiere de la indicada en el apartado anterior, también se le deberá facilitar aquella y, cuando proceda, la del empresario por cuya cuenta actúa, a la que el consumidor puede dirigir sus reclamaciones [letra d)].
- Ha de informarle sobre el precio total de los bienes o servicios, incluidos los impuestos y tasas, o, si el precio no puede calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza de los bienes o servicios, la forma en que se determina el precio. Además, cuando proceda, ha de informarle de todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales y cualquier otro gasto o, si no pueden ser calculados previamente, se le informará sobre el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales. Si el empresario no facilita esta información, el consumidor no tendrá que pagar los mismos [letra e)].

³⁰ MIRANDA SERRANO (2012, p. 198).

- Ha de informarle sobre los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación de los servicios, así como, cuando proceda, el sistema de tratamiento de las reclamaciones del empresario [letra g)].
- Ha de informarle de la lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación [letra h)].
- Cuando exista un derecho de desistimiento, ha de informarle de las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer ese derecho, así como el modelo de formulario de desistimiento [letra i)].
- Asimismo, cuando proceda, se ha de indicar al consumidor que tendrá que asumir el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento. Si el empresario no facilita esta información, el consumidor no tendrá que abonar dichos costes [letra j)].
- Si el consumidor ejercita el derecho de desistimiento tras la presentación de la denominada solicitud de conformidad, el empresario deberá informarle de que tendrá que abonarle unos gastos razonables [letra k)]³¹.
- Cuando no proceda legalmente el derecho de desistimiento, se ha de indicar al consumidor que no le asiste, o las circunstancias en las que lo perderá cuando le corresponda [letra l)].
- Ha de facilitarle un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes [letra m)].
- Ha de informarle, cuando proceda, de la existencia de asistencia posventa al consumidor, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones [letra n)].
- Ha de informarle también de la existencia de códigos de conducta pertinentes y la forma de conseguir ejemplares de los mismos, en su caso. Se entiende por código de conducta el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos [letra o)].
- Le deberá informar igualmente, cuando proceda, sobre la duración del contrato o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución [letra p)].
- Debe informarle asimismo, cuando proceda, de la duración mínima de las obligaciones del consumidor derivadas del contrato [letra q)].

³¹ Como vimos al estudiar los requisitos formales, en caso de contratos de prestación de servicios o suministro de agua, gas, electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, o calefacción mediante sistemas urbanos, si el consumidor quiere que comience la ejecución del contrato durante el plazo de desistimiento, el empresario le exigirá que presente una solicitud expresa en tal sentido en un soporte duradero (artículo 99.3 TRLGDCU), que se denomina solicitud de conformidad.

- Ha de informarle, cuando proceda, de la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que el consumidor tenga que pagar o aportar a solicitud del empresario [letra r)].

- Cuando proceda, le deberá informar sobre la funcionalidad de los contenidos digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables. E igualmente, hay que informar sobre toda interoperabilidad relevante del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que éste pueda conocer [letras s) y t)].

Por contenido digital deben entenderse los datos producidos y suministrados en formato digital [artículo 59 bis 1 i) TRLGDCU]. Por otro lado, de acuerdo con la Directiva 2011/83/UE, el concepto de funcionalidad debe hacer referencia a las posibles maneras de utilizar el contenido digital, por ejemplo, para el seguimiento del comportamiento de los consumidores, y referirse asimismo a la ausencia o la presencia de cualquier limitación técnica, como la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional. El concepto de interoperatividad pertinente pretende describir la información relativa a los aparatos y los programas estándar con los que el contenido digital es compatible, por ejemplo, el sistema operativo, la versión necesaria o determinados elementos de los soportes físicos (Considerando 19).

- Y también ha de informarle, cuando proceda, de la posibilidad de recurrir a un mecanismo extrajudicial de reclamación al que esté sujeto el empresario y los métodos para tener acceso al mismo [letra u)].

La regulación del deber de información precontractual conlleva indudablemente ventajas importantes, pero no puede ignorarse que una regulación tan exhaustiva como la que ha sido expuesta comporta, asimismo, un serio inconveniente.

Ciertamente, para el consumidor este deber de información se ha convertido en un instrumento básico de protección, que cobra mayor importancia, si cabe, en el contrato celebrado fuera del establecimiento, habida cuenta las técnicas más agresivas que, como sabemos, se emplean en esta modalidad negocial, que aumentan el desequilibrio de las partes en perjuicio de aquél. En efecto, se entiende que una información precontractual lo suficientemente adecuada permitirá disminuir los riesgos a los que se somete el consumidor en este tipo contratos, fundamentalmente el de emitir un consentimiento de manera irreflexiva e inconsciente. A la vez, para el empresario resulta también ventajoso el correcto cumplimiento de este deber informativo, desde el punto y hora que si el consumidor es debidamente informado podrá formar más sólidamente su consentimiento y, por ende, se aminorarán las posibilidades de que quiera desistir del contrato.

Ahora bien, sin perjuicio de lo anterior, es cierto que en la práctica la regulación del deber de información precontractual en la nueva Ley posiblemente no tenga la eficacia real pretendida por el legislador. En este sentido, estamos plenamente de acuerdo con REYES LÓPEZ cuando afirma que esta regulación tan exhaustiva del citado deber puede no ser del todo eficaz, pues se encuentra con el inconveniente de que una información tan extensa no suele ser leída por el

consumidor, de manera que lejos de contribuir a una mayor información, puede ser incluso el motivo que propicie que se prescinda de su lectura³².

Por otro lado, el legislador, en esta línea de reforzar el deber informativo en aras a proteger los intereses del consumidor, establece expresamente en el mismo artículo 97, apartado 5, que toda esta información precontractual que el empresario ha de proporcionar al consumidor pasará a formar parte integrante del contrato celebrado fuera del establecimiento y no se alterará a menos que las partes dispongan expresamente lo contrario. Es decir, las partes podrán acordar expresamente un cambio en el contenido del contrato posteriormente celebrado, por ejemplo, en lo relativo a los procedimientos de entrega. Corresponde al empresario probar el correcto cumplimiento de sus deberes informativos y, en su caso, el pacto expreso del apartamiento del contenido de la información facilitada antes de la celebración del contrato. En este punto conviene destacar, siguiendo a MENDOZA LOSANA, que el pacto de las partes sólo puede modificar el contenido de la información, pero en ningún caso puede alterar los deberes de información impuestos al empresario, y ello en virtud de los principios básicos del Derecho del consumo que no admiten pactos modificativos de los citados deberes³³.

Asimismo, el último apartado del citado precepto añade, además, que “[l]a carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información establecidos en este artículo incumbirá al empresario” (artículo 97.8 TRLGDCU).

Adviértase, no obstante, que la nueva Ley 3/2014, al igual que la Directiva que transpone, no contempla expresamente las consecuencias de la infracción de los deberes de información precontractual que establece el mencionado artículo 97 TRLGDCU, salvando las dos excepciones que han sido vistas *ut supra*³⁴. Dicho de otro modo, el incumplimiento de estos deberes informativos no lleva aparejada en el texto legal ninguna sanción civil, a diferencia de lo que ocurre, como se ha visto, con el requisito formal de documentación del contrato. Únicamente se prevé por el legislador una sanción administrativa por aplicación de los artículos 49.2 a), 50.2 y 51 TRLGDCU.

Conforme a los preceptos citados, se considerará dicho incumplimiento en todo caso una infracción grave, e incluso muy grave cuando exista reincidencia o el volumen de la facturación realizada a que se refiere la infracción sea superior a 601.012,10 euros. Las infracciones graves podrán ser sancionadas por las Administraciones públicas con multas entre 3.005,07 euros y 15.025,30 euros, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los bienes o servicios objeto de la infracción. Y las infracciones muy graves con multas entre 15.025,31 y 601.012,10 euros, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los bienes o servicios objeto de infracción.

³² REYES LÓPEZ (2013, p. 299).

³³ MENDOZA LOSANA (2013, p. 315).

³⁴ Recordemos que si el empresario no informa sobre todos los gastos adicionales u otros costes, el consumidor no tendrá que abonarlos [artículo 97.1 e) TRLGDCU]. Y, por otro lado, si no informa al consumidor, cuando proceda, de su obligación de asumir el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento, el consumidor tampoco deberá pagarlo [artículo 97.1 j) TRLGDCU].

Con todo, esta falta de previsión legal no empece para que el incumplimiento del deber de información comporte, asimismo, consecuencias civiles. En primer lugar, debemos acudir al artículo 65 TRLGDCU, por cuanto regula expresamente la inobservancia del deber que nos ocupa, si bien lo hace con carácter general, no en sede de contratos celebrados fuera del establecimiento. De acuerdo con dicho artículo, los contratos con los consumidores se integrarán, en beneficio del consumidor, conforme al principio de buena fe objetiva, también en los supuestos de omisión de información precontractual relevante. Por consiguiente, como apunta SÁNCHEZ LERÍA, la regla general es la de conservar el contrato celebrado a través del mecanismo de la integración conforme a la buena fe contractual, asegurándose así el equilibrio de las prestaciones a cargo de cada una de las partes. Además, conviene precisar que este artículo debe interpretarse de una manera flexible, de tal forma que se aplique a cualquier tipo de incumplimiento de este deber de información, ya sea por omitir toda o parte de la información exigida, ya sea porque la información facilitada es errónea o no se ajusta a la realidad³⁵.

En suma, pues, de acuerdo con CÁMARA LAPUENTE, el citado artículo 65 TRLGDCU establece una de las sanciones civiles específicas para el incumplimiento de los deberes de información precontractual legalmente consagrados, imponiendo *ex lege* la integración del contrato cuando éste contradice u omite dentro de su deber de información alguno de los elementos informativos relevantes. En esta integración, la buena fe objetiva actúa como principio general del derecho que habrá de corregir las carencias del contrato de consumo ajustándolo a las normas objetivas que han de regirlo conforme a su contenido natural, especialmente, por lo que aquí interesa, por la omisión de información precontractual relevante: para que la buena fe objetiva opere esta integración no es preciso reproche alguno a la conducta del empresario, pues no ha de estarse a evaluar su intención por dicha omisión, ni cabe exigir dolo o culpa por las faltas que dan lugar a la integración, lo que no obsta, si concurren estas conductas subjetivas, para que se deriven otras sanciones civiles³⁶, como ahora veremos.

En efecto, sin perjuicio de lo anterior, cabe acudir también a otros instrumentos previstos por el derecho común de contratos, tales como los vicios de la voluntad. En esta línea, si se ha omitido parte de la información exigible y esa omisión determina que el consumidor contrate por error o bien el empresario la ha omitido conscientemente provocando el engaño de la otra parte, podrá el consumidor solicitar la anulación del contrato por error o dolo, respectivamente, conforme a los artículos 1300 y siguientes CC.

Además, en el supuesto de que el incumplimiento de este deber hubiera causado daños al consumidor, y pudiese probarlos, cabría incluir entre las sanciones civiles, la posibilidad de solicitar una indemnización (*ex* artículos 1258 y 1101 CC).

El principal problema que conllevan estos remedios propios del derecho común de contratos para proteger al consumidor frente a los defectos de información, que serían fundamentalmente, como

³⁵ SÁNCHEZ LERÍA/SERRANO FERNÁNDEZ (2013, p. 53).

³⁶ CÁMARA LAPUENTE (2011, p. 580).

se ha dicho, la anulación del contrato por error o dolo y la responsabilidad contractual por daños, se cifra, en la escasa utilidad que tienen en la práctica, habida cuenta los rasgos de sus respectivos regímenes jurídicos, en especial las cargas probatorias que suponen. Dicho sea de otro modo, las cargas que se les aparejan a estos remedios hacen muy improbable su ejercicio eficaz por el consumidor³⁷.

5. El derecho de desistimiento

Tras la entrada en vigor de la nueva Ley 3/2014, el derecho del consumidor a desistir del contrato continúa siendo regulado con carácter general en los artículos 68 a 79 TRLGDCU (Capítulo II del Título I)³⁸. Mas, sin perjuicio de este régimen general, a raíz de la citada reforma, el Texto Refundido regula especialmente y de forma más amplia el derecho a desistir en los contratos celebrados a distancia y los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, concretamente en los artículos 102 a 108; estos son los artículos que deberemos tener presente en primer lugar al analizar las condiciones de ejercicio del derecho de desistimiento en el contrato objeto de estudio, toda vez que el referido derecho atribuido legalmente al consumidor “se regirá en primer término por las disposiciones legales que lo establezcan en cada caso y en su defecto por lo dispuesto en este Título” (artículo 68.3 TRLGDCU).

El derecho de desistimiento se define 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 68.1 TRLGDCU).

De la anterior definición se deducen los caracteres de la facultad que nos ocupa. En primer lugar, se trata de un derecho unilateral, pues se confiere únicamente al consumidor, que podrá ejercerlo frente al empresario, en ningún caso a la inversa. Su ejercicio es discrecional; no requiere la concurrencia de justa causa³⁹. Ello no significa, empero, que sea ilimitado, pues como el ejercicio de todo derecho, el desistimiento deberá ejercitarse conforme a las exigencias de la buena fe, teniendo en cuenta además que la ley no ampara el abuso del derecho o el ejercicio antisocial del mismo (*ex* artículo 7 CC). Por último, no puede dar lugar a penalización alguna. En este sentido, el mismo artículo 68.1 y también el artículo 102.2 del Texto Refundido añaden que serán nulas de

³⁷ GARCÍA VICENTE (2009, pp. 822-825).

³⁸ Conviene apuntar, no obstante, que el consumidor dispondrá de este derecho a desistir del contrato en los supuestos previstos legal o reglamentariamente y cuando así se le reconozca en la oferta, promoción publicidad o en el propio contrato (artículo 68.2 TRLGDCU). Por consiguiente, el consumidor no dispone de este derecho en todo caso; tendrá la facultad de desligarse de aquellas relaciones contractuales en las que se le reconozca este derecho convencionalmente y en aquellas otras relaciones cuya regulación especial, legal o reglamentaria, se lo atribuya.

³⁹ En palabras de GARCÍA VICENTE (1997, p. 183-184), esta libertad halla su más sencilla y justa explicación en la razón legal de su atribución: frente a la posible (presunta) captación de su voluntad, dispone de la posibilidad de considerar reflexivamente su decisión, y como cualquier juicio de pura conveniencia que conduzca a celebrar o no un contrato tendrá un motivo, pero ni es revisable ni exigible su manifestación.

pleno de derecho las cláusulas que impongan al consumidor una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento.

5.1. Fundamento del derecho de desistimiento

En los contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles, el fundamento del derecho a desistir se encuentra en la posibilidad de una incorrecta formación del consentimiento del consumidor, dadas las especiales circunstancias que, como es sabido, rodean la celebración de estos contratos, que impiden al mismo reflexionar lo suficientemente sobre el negocio en cuestión⁴⁰. No olvidemos que el consumidor en este supuesto contractual es un contratante sorprendido por la oferta y presionado psicológicamente para manifestar una voluntad negocial auténtica⁴¹. Se pretende así que el consumidor que se ha vinculado contractualmente pueda rectificar y desligarse libremente de las obligaciones que haya asumido al celebrar el contrato⁴².

En definitiva, la razón legal que explica la concesión al consumidor de este derecho es la búsqueda del equilibrio entre las partes contratantes; esto es, equilibrar la situación de desprotección del consumidor, como explica claramente BARBER CÁRCAMO, respondiendo a la agresividad y preparación específica del empresario con este derecho de arrepentimiento sin causa, independiente de la existencia de vicio de la voluntad, del incumplimiento de las formalidades legales exigidas, o del incorrecto desenvolvimiento del contrato, de manera tal que el derecho de desistimiento es un instrumento jurídico en manos del consumidor añadido al resto de remedios generales contractuales ligados bien a la defectuosa constitución contractual, bien a su incumplimiento⁴³. Así, tal como establece el artículo 78 TRLGDCU, “[l]a falta de ejercicio del derecho de desistimiento en el plazo fijado no será obstáculo para el posterior ejercicio de las acciones de nulidad o resolución del contrato cuando procedan conforme a derecho”.

5.2. Condiciones de ejercicio

a. La forma

En principio, partiendo del artículo 106.1 TRLGDCU, no se exige ninguna formalidad especial para el ejercicio del derecho de desistimiento. No obstante, el mismo artículo establece que el consumidor puede comunicar al empresario su decisión de desistir del contrato utilizando el modelo de formulario de desistimiento que se le ha debido facilitar previamente, o bien realizar

⁴⁰ BELUCHE RINCÓN (2009, pp. 43-44).

⁴¹ GALLEGO DOMÍNGUEZ (2011, p. 1258).

⁴² ÁLVAREZ LATA (2009, p. 1368).

⁴³ BARBER CÁRCAMO (2011, p. 1039). En esta misma línea, CLEMENTE MEORO (2006, p. 5) señala que con el derecho de desistimiento no se trata de proteger al consumidor frente a vicios de consentimiento, ni frente a incumplimientos del empresario, sino de tutelar su libertad de decisión negocial.

otro tipo de declaración inequívoca en la que señale su decisión de desistir del contrato. Además, se contempla también la posibilidad de que el empresario ofrezca al consumidor la opción de cumplimentar el formulario de desistimiento en línea, en cuyo caso deberá proporcionar sin demora indebida un acuse de recibo, por ejemplo, por correo electrónico (*ex* artículo 106.3 TRLGDCU).

En relación con el formulario de desistimiento, recordemos que el empresario tiene la obligación de entregárselo al consumidor, precisamente para facilitar a éste su ejercicio [artículo 97.1 i) TRLGDCU]. A estos efectos, la Ley 3/2014 incorpora un modelo de formulario normalizado en su Anexo (letra B). Sin embargo, como vemos, no es preceptivo para el consumidor el uso de ese documento *ad hoc* para desistir del contrato, sino que podrá utilizarlo opcionalmente. El consumidor, por tanto, es libre para desvincularse de la relación contractual empleando cualquier vía que permita al empresario conocer su decisión. Ahora bien, es importante que el medio que emplee para desligarse del contrato le permita acreditar su correcto ejercicio, toda vez que en caso de controversia “[l]a carga de la prueba del ejercicio del derecho de desistimiento recaerá en el consumidor y usuario” (artículo 106.4 TRLGDCU).

En este punto se ha de acudir al artículo 299 LEC, que regula los medios de prueba de los que se podrá hacer uso en un juicio. En concreto, el citado artículo menciona: el interrogatorio de las partes, documentos públicos, documentos privados, el dictamen de peritos, el reconocimiento judicial, el interrogatorio de testigos, los medios de reproducción de la palabra, el sonido y la imagen, así como los instrumentos que permiten archivar y conocer o reproducir palabras. A través de cualquiera de éstos podrá el consumidor acreditar el ejercicio legítimo del derecho de desistimiento. Además, el artículo en cuestión añade que cuando por cualquier otro medio no expresamente previsto por el mismo pudiera obtenerse certeza sobre hechos relevantes, el tribunal, a instancia de parte, lo admitirá como prueba, adoptando las medidas que en cada caso resulten necesarias.

Así se refleja, entre otras muchas, en la SAP Madrid, Sec. 10ª, 10.6.2008 (JUR 2008/266107). En este caso, la compradora del material didáctico adquirido para realizar un curso a distancia revocó el contrato mediante una simple llamada telefónica. La resolución concluye que, si bien la revocación no está sujeta a forma, corresponde al consumidor probar que ha ejercitado su derecho a desistir oportuna, formal y tempestivamente, y en este supuesto concreto, aunque la revocación por teléfono pueda ser válida, no resulta acreditada⁴⁴.

Una nota destacable del derecho de desistimiento es, sin duda, la gran imprecisión terminológica del legislador a la hora de referirse al mismo. Efectivamente, ciñéndonos ahora al ámbito del Derecho de consumo, hay disposiciones que lo denominan indistintamente como derecho de revocación, de rescisión, de resolución y de desistimiento, entre otros términos. Mas, en este orden de ideas, destaca sobremedida la propia jurisprudencia que utiliza muy frecuentemente denominaciones diversas (en especial, la de revocación), muchas veces incluso en una misma sentencia, para aludir a una realidad que coincide con el desistimiento unilateral en sentido estricto.

⁴⁴ En parecido sentido, la SAP Albacete, Sec. 1ª, 25.3.2011 (AC 2011/471) concluye “La demandada no ha probado, como le incumbía (artículo 72 del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios), que hiciera uso, en el plazo establecido, del derecho de revocación o desistimiento. Es obvio que a tal efecto no sirve la declaración testifical de su esposo, por su evidente interés en el asunto”. Véanse también la SAP Murcia, Sec. 1ª, 14.3.2012 (JUR 2012\140887) y SAP Barcelona, Sec. 4ª, 29.11.2013 (JUR 2014\50356).

En esta misma línea, GARCÍA VICENTE señala que será el propio consumidor el que pondere el medio de ejercicio que le sirva para esta finalidad y que sea fehaciente sobre el tiempo en que se ejercitó y el contenido de la declaración; no lo es una llamada telefónica, sí un burofax o el acceso a los medios de reclamación predispuestos por el empresario que permitan dejar constancia del acto y su fecha (servicios de atención al cliente), o bien las comunicaciones electrónicas⁴⁵.

Por otro lado, resulta interesante destacar a este respecto uno de los Considerandos de la Directiva 2011/83/UE, a tenor del cual “el consumidor debe seguir siendo libre de desistir del contrato empleando sus propios términos, siempre que su declaración de que quiere desistir del contrato dirigida al comerciante sea inequívoca. Una carta, una llamada telefónica o la devolución de los bienes acompañadas de una declaración clara podría satisfacer este requisito, si bien la carga de la prueba de haber desistido en los plazos establecidos por la Directiva debe recaer sobre el consumidor. Por este motivo, redundará en interés del consumidor la utilización de un soporte duradero al comunicar su desistimiento al comerciante” (Considerando 44).

En definitiva, como nos explica DOMÍNGUEZ LUELMO, dado que el consumidor es quien se va a beneficiar del ejercicio del derecho de desistimiento, y corre con la carga de la prueba, es aconsejable que la forma escogida pueda ser probada por cualquiera de los medios admitidos en Derecho, especialmente en cuanto a su utilización dentro de plazo. No importa tanto la forma utilizada como que, en caso de litigio, se pueda acreditar el ejercicio tempestivo del derecho. Con todo, parece conveniente que el consumidor pueda procurarse una prueba de carácter documental⁴⁶.

Por lo demás, la libertad de forma para ejercer el derecho de desistimiento tiene otra consecuencia directa, y es que cualquier exigencia o restricción que el empresario imponga al consumidor en este sentido se tendrá por no puesta (*ex* artículo 10 TRLGDCU).

b. El plazo

La mencionada Ley 3/2014 reformadora del Texto Refundido de consumidores, introduce cambios importantes con relación al régimen antes vigente en lo que concierne a esta cuestión del plazo para desistir del contrato.

Concretamente, de acuerdo con el artículo 102.1 TRLGDCU, el consumidor dispondrá de un período de catorce días naturales para desistir del contrato celebrado fuera del establecimiento mercantil⁴⁷, sin indicar el motivo y sin incurrir en ningún coste distinto de los legalmente previstos. De esta forma, con la nueva Ley se amplía el plazo, que anteriormente era de siete días

⁴⁵ GARCÍA VICENTE (2009, p. 855).

⁴⁶ DOMÍNGUEZ LUELMO (2013, p. 220).

⁴⁷ Dicho plazo de aplicará de conformidad con el Reglamento (CEE, Euratom) núm. 1182/71 del Consejo, de 3 de junio de 1971, por el que se determinan las normas aplicables a los plazos, fechas y términos.

naturales, a catorce días, también naturales⁴⁸; se pretende con ello poner fin a la inseguridad jurídica y costes de cumplimiento que generaban las diferencias en los plazos de desistimiento en función de los Estados miembros.

Este plazo de catorce días naturales es mínimo, siendo nulo cualquier acuerdo que implique menos tiempo para desistir del contrato, habida cuenta el artículo 10 TRLGDCU que, como es sabido, prohíbe la renuncia previa del consumidor a sus derechos legalmente reconocidos. Y por la misma razón, sí se permite a las partes aumentar el plazo siempre que sea en beneficio del consumidor y ello no signifique la renuncia a cualquier otra ventaja prevista en la Ley (*ex* artículo 92.3 TRLGDCU).

El plazo es de caducidad, de manera que su transcurso comporta la extinción del derecho *ipso iure*, lo que será apreciable de oficio por el juez.

Para determinar la observancia del plazo se tendrá en cuenta la fecha de expedición de la declaración de desistimiento (artículo 106.2 TRLGDCU). Por consiguiente, es suficiente –para que se dé un ejercicio tempestivo del derecho– que la notificación del desistimiento se haya expedido antes de que transcurra el período de catorce días naturales, aunque llegue al empresario una vez finalizado dicho plazo. En efecto, como señala GARCÍA VICENTE, para valorar su ejercicio dentro del plazo no debe atenderse a su conocimiento por el empresario, sino al tiempo mismo de la emisión comprobada de la declaración o conducta significativa de ejercicio, de modo que el riesgo de retraso en la recepción de la declaración o incluso los fallos en los medios de comunicación empleados recaen sobre el empresario⁴⁹. Ahora bien, lo dicho no significa que la declaración de desistimiento no sea recepticia; antes bien, esta declaración ha de ser recibida y conocida (o al menos que exista posibilidad de conocerla) por el empresario, empero, no para su validez sino para su eficacia⁵⁰.

Este plazo de catorce días naturales se computará, en el caso de los contratos de servicios, desde el día de la celebración del contrato [artículo 104 a) TR reformado]. Si se trata de contratos de venta, se contará desde el día que el consumidor o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material de los bienes solicitados [artículo 104 b) TR reformado].

O bien, a tenor del citado precepto: 1º) En caso de entrega de múltiples bienes encargados por el consumidor en el mismo pedido y entregados por separado, el día que el consumidor o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último de los bienes; 2º) En caso de

⁴⁸ Antes de la reforma, el régimen general del derecho de desistimiento contemplaba un plazo de siete días hábiles para ejercerlo (artículo 71.1 TR no reformado), mientras que la normativa específica de los contratos celebrados fuera del establecimiento preveía un plazo de siete días naturales (artículo 110 TR no reformado). Con la nueva Ley 3/2014 se unifica el plazo, pasando a ser de catorce días naturales para todos los casos igualmente.

⁴⁹ GARCÍA VICENTE (2009, pp. 858-859).

⁵⁰ En esta misma línea, DOMÍNGUEZ LUELMO (2011, p. 648) señala que es el empresario quien corre con el riesgo de una posible recepción tardía.

entrega de un bien compuesto por múltiples componentes o piezas, el día que el consumidor o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último componente o pieza; 3º) en el caso de contratos para la entrega periódica de bienes durante un plazo determinado, el día que el consumidor o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del primero de esos bienes.

Además, el consumidor debe poder ejercer el derecho de desistimiento antes de entrar en posesión material de los bienes. Téngase en cuenta que el sometimiento del derecho de desistimiento a un plazo de ejercicio no impide articularlo antes de que comience a computarse dicho plazo, como señala GARCÍA VICENTE, pues el consumidor ostenta su titularidad desde la celebración del contrato. Por ello debe distinguirse entre ejercicio lícito del desistimiento y plazo de caducidad al que se somete⁵¹. En efecto, de acuerdo con DOMÍNGUEZ LUELMO, el *dies a quo* es únicamente un punto de referencia que sirve para determinar el día final, o el día hasta el que se puede hacer valer un derecho que existe desde el mismo momento de la celebración del contrato⁵². En el caso de contratos para el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en volumen delimitado o en cantidades determinadas–, de calefacción mediante sistemas urbanos o de contenido digital que no se preste en un soporte material, el plazo comienza a correr el día en que se celebre el contrato [artículo 104 c) TR reformado].

Si el comerciante no facilita al consumidor la información sobre el derecho de desistimiento, tal como le exige el artículo 97.1 i) TRLGDCU, es decir, si no le informa sobre las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer ese derecho, o no le facilita el oportuno modelo de formulario, el consumidor tendrá un plazo para desistir de doce meses a contar desde la fecha de expiración del período de desistimiento inicial (artículo 105.1 TRLGDCU). Ahora bien, si el comerciante facilitase al consumidor la información preceptiva dentro de esos doce meses, el plazo de desistimiento expirará en tal caso a los catorce días de ser recibida dicha información por el consumidor (artículo 105.2 TRLGDCU).

5.3. Consecuencias derivadas de su ejercicio

La consecuencia principal que deriva del ejercicio del derecho de desistimiento por parte del consumidor es la extinción de las obligaciones de las partes de ejecutar el contrato celebrado fuera del establecimiento o de celebrar el contrato, cuando el consumidor haya realizado una oferta (artículo 106.5 TRLGDCU).

Es cierto que la normativa protectora de este tipo de contratos que contiene el Texto Refundido reformado es aplicable también a la oferta de contrato emitida por el consumidor en las mismas circunstancias que contempla el artículo 99.2 letra a), a las que se ha hecho referencia al inicio de este trabajo al definir el contrato celebrado fuera del establecimiento mercantil. Por esta misma

⁵¹ GARCÍA VICENTE (2009, p. 856). Y concluye el autor: no tendría sentido impedir un ejercicio del derecho anterior a la entrega, puesto que la misma entrega dificulta su ejercicio (por la eventual discusión sobre el alcance de las obligaciones restitutorias), y además el ejercicio del derecho de desistimiento es libre o discrecional.

⁵² DOMÍNGUEZ LUELMO (2011, p. 645).

razón, parece que el legislador al regular los efectos que se derivan del derecho de desistimiento recoge, no sólo la extinción de la obligación de ejecutar el contrato, sino además, en línea con lo anterior, la extinción de la obligación de celebrar el contrato cuando lo que existe es una oferta por parte del consumidor. Se entiende, lógicamente, que se trata de una oferta aún pendiente de aceptación por el empresario para que el contrato se perfeccione.

En nuestra opinión, aunque la oferta se incluye dentro del ámbito objetivo de protección de esta normativa, no creemos que el derecho de desistimiento, como tal derecho, quepa ejercerlo sobre la misma. Es bien sabido que este derecho se configura como la facultad de poner fin a un contrato, y en el caso de la oferta, huelga decir, aún no existe el contrato. Por tanto, considero que cabría hablar más correctamente para este supuesto en concreto de la facultad del consumidor de revocar la oferta emitida. Efectivamente, en rigor, no es posible el derecho de desistimiento de una oferta sino una revocación de la misma, entendida como la declaración de voluntad del oferente cancelando la oferta y sus efectos, que se ha de producir en el período que media entre la recepción de la oferta y su aceptación.

Por otra parte, en el caso ya mencionado anteriormente de contratos de suministro de agua, gas, electricidad no envasados para la venta y calefacción mediante sistemas urbanos, la Ley 3/2014 añade una regla que, curiosamente, no incluye la Directiva que transpone, de acuerdo con la cual, si el suministro ya se estuviera realizando previamente a la contratación del servicio, salvo que expresamente se indique lo contrario, se entenderá el interés del consumidor en continuar con el suministro del servicio, volviendo a ser suministrado por su suministrador anterior. Por el contrario, si el suministro no se estuviera realizando con carácter previo a la contratación del servicio, la solicitud de desistimiento supondrá la baja del mismo (artículo 106.6 TRLGDCU)⁵³.

Expuesto lo anterior, el legislador concreta con mayor detalle cuáles son las obligaciones y derechos del empresario y del consumidor en caso de desistimiento en los ulteriores artículos 107 y 108 TRLGDCU.

En primer lugar, por lo que respecta a las obligaciones y derechos del empresario, deberá reembolsar todo pago recibido del consumidor, incluidos, en su caso, los costes de entrega, sin demoras y siempre antes de que hayan transcurrido catorce días naturales desde la fecha en que haya sido informado de la decisión de desistimiento (artículo 107.1 TRLGDCU). Antes de la reforma, no se establecía ningún plazo para dicho reembolso en el contrato objeto de estudio, únicamente se contemplaba en el régimen general del derecho de desistimiento. En particular, el plazo previsto con carácter general para la devolución de las sumas percibidas por el empresario era de treinta días, de acuerdo con el artículo 76 TRLGDC. Con la nueva Ley 3/2014 se modifica

⁵³ Como sabemos, la Directiva 2011/83/UE adopta el modelo de armonización plena, lo que significa que, en aquellas materias que regula, la legislación de los Estados miembros no puede ser diferente; esto es, no puede contemplar un nivel de protección inferior al establecido por la Directiva, pero tampoco un nivel de protección superior al que otorga la norma europea que, en este sentido, funciona como una Directiva de máximos. Ahora bien, ello no obsta para que “los Estados miembros puedan también mantener o adoptar disposiciones nacionales sobre cuestiones que la presente Directiva no regule específicamente” (Considerando 13), como puede ser, a estos efectos, una norma adicional en relación con el ejercicio del derecho de desistimiento en los contratos de suministro de agua, gas, electricidad y calefacción.

también la redacción de este precepto reduciendo el plazo a catorce días. No obstante, si el consumidor hubiese elegido expresamente una modalidad de entrega diferente a la modalidad menos costosa de entrega ordinaria, el empresario no estará obligado a reembolsar los costes adicionales que de ello se deriven (artículo 107.2 TRLGDCU).

En caso de retraso injustificado por parte del empresario respecto a la devolución de las sumas abonadas, el consumidor podrá reclamar que se le pague el importe adeudado por duplicado, sin perjuicio a su derecho de ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos en los que excedan de dicha cantidad (artículo 107.1 TRLGDCU).

Salvo que el empresario se haya ofrecido a recoger él mismo los bienes, podrá retener el reembolso hasta haberlos recibido, o hasta que el consumidor haya presentado una prueba de la devolución de los mismos, según qué condición se cumpla primero (artículo 107.3 TRLGDCU). En este punto la Ley 3/2014 supone una modificación respecto al régimen general del derecho de desistimiento que se aplicaba anteriormente a esta modalidad contractual, el cual prevé la restitución recíproca de las prestaciones entre las partes de acuerdo con lo previsto en los artículos 1303 y 1308 CC (artículo 74 TRLGDCU). Precisamente, la remisión expresa al artículo 1308 implica la aplicación de la regla de la simultaneidad en la restitución, de forma tal que mientras uno de los contratantes no haya realizado aquello a lo que está obligado no podrá compeler al otro a cumplir su prestación. Como bien puede observarse, el régimen aplicable tras la reforma específicamente a los contratos celebrados fuera del establecimiento es más gravoso para el consumidor, porque mientras no devuelva los bienes o presente una prueba de su devolución (por ejemplo, el recibo del servicio de transporte utilizado), el empresario no está obligado al reembolso de las cantidades correspondientes⁵⁴.

Por otro lado, en relación con las obligaciones y responsabilidad del consumidor que desiste del contrato, salvo que el propio empresario se haya ofrecido a recoger los bienes, el consumidor deberá devolverlos a aquél, o a una persona autorizada a recibirlos, sin ninguna dilación y, en cualquier caso, a más tardar en el plazo de catorce días naturales a partir de la fecha en que comunique su decisión de desistimiento al empresario. De esta forma, se establece un mismo plazo de catorce días para que ambas partes procedan a la restitución de las prestaciones realizadas, lo que constituye igualmente una novedad de la Ley 3/2014. Se considerará cumplido el plazo si efectúa la devolución de los bienes antes de que haya concluido el mismo (artículo 108.1 TRLGDCU), de manera que es suficiente con que el consumidor realice el envío dentro del plazo, aunque la recepción por el comerciante se produzca una vez finalizado el mismo⁵⁵.

Además, el consumidor deberá soportar los costes que deriven directamente de la devolución de los bienes (por ejemplo, de transporte o de embalaje), excepto si el empresario ha aceptado asumírselos o no le ha informado de que le corresponde asumir tales gastos (artículo 108.1 TRLGDCU). Por consiguiente, aunque el ejercicio del derecho de desistimiento, como es sabido, no se puede penalizar ni condicionar al pago de cantidad alguna por parte del consumidor, ello

⁵⁴ DOMÍNGUEZ LUELMO (2013, pp. 229-230).

⁵⁵ DOMÍNGUEZ LUELMO (2013, p. 224).

no quiere decir que el mismo no tenga que pagar ningún tipo de gasto, pues, como vemos, los gastos de devolución del bien corren a su cargo. Esta cuestión se ha de poner en relación, como explica DOMÍNGUEZ LUELMO, con el deber de información precontractual, previamente aludido, que se impone al empresario en el artículo 97.1 letra j) TRLGDCU, conforme al cual, cuando proceda, se ha de indicar al consumidor que tendrá que asumir el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento. Y si el empresario no facilita esta información, el consumidor no tendrá que abonar tales gastos⁵⁶. En todo caso, esta repercusión de los costes directos sobre el consumidor es otra de las novedades que introduce la Ley 3/2014, pues con anterioridad a la misma el artículo 73 TRLGDCU liberaba al consumidor de cualquier gasto derivado del desistimiento del contrato y, por tanto, también de los costes directos de restitución de los bienes.

En el supuesto de que los bienes se hayan entregado ya en el domicilio del consumidor en el momento de celebrarse el contrato, el empresario los recogerá a su propio cargo cuando, por la naturaleza de los mismos, no puedan devolverse por correo (artículo 108.1 TRLGDCU).

En cuanto a la posible disminución de valor de los bienes, el consumidor sólo responderá si dicha disminución resulta de una manipulación de aquéllos distinta a la necesaria para establecer su naturaleza, sus características o su funcionamiento (artículo 108.2 TRLGDCU). Por consiguiente, el consumidor no tiene que reembolsar ninguna cantidad por la disminución del valor del bien que derive de su uso conforme a lo pactado o a su naturaleza, todo lo cual no es más que una consecuencia de la prohibición de penalizar al consumidor por el ejercicio del derecho de desistimiento (*ex* artículo 68.1 TRLGDCU). Ahora bien, en ningún caso será responsable el consumidor de la disminución de valor de los bienes si el empresario no le ha informado de su derecho de desistimiento (artículo 108.2 TRLGDCU).

En el caso de los contratos de prestación de servicios o suministros de agua, gas, electricidad no envasados o calefacción mediante sistemas urbanos, si el consumidor ejerce el derecho de desistimiento después de haber realizado la denominada solicitud de conformidad (*ex* art. 99.3 TRLGDCU), deberá abonar al empresario el importe proporcional a la parte ya prestada del servicio en el momento en que haya informado al empresario del ejercicio del citado derecho, en relación con el objeto total del contrato (art. 108.3 TRLGDCU). El mismo precepto añade que el importe proporcional que habrá de abonar al empresario se calculará sobre la base del precio total acordado en el contrato. En caso de que el precio total sea excesivo, el importe proporcional se calculará sobre la base del valor de mercado de la parte ya prestada del servicio. Con todo, el consumidor no asumirá ningún coste si el empresario no le informó previamente al respecto o no dio su consentimiento expreso para que comenzara la prestación del servicio durante el plazo de desistimiento [art. 108.4 a) TRLGDCU].

No se regula específicamente qué ocurre en el caso de imposibilidad de devolver la prestación objeto del contrato por parte del consumidor por pérdida, destrucción u otra causa, por lo que se

⁵⁶ DOMÍNGUEZ LUELMO (2013, pp. 224- 225).

deberá acudir al régimen general del derecho de desistimiento, concretamente al artículo 75.1 TRLGDCU. Conforme a dicho precepto, no se le privará al consumidor de la facultad de desistir. Si la imposibilidad de devolución es imputable al consumidor, tal como añade el artículo, él mismo responderá del valor de mercado que hubiera tenido la prestación en el momento del ejercicio del derecho de desistimiento, salvo que dicho valor fuera superior al precio de adquisición, en cuyo caso responderá de éste (artículo 75.1 TRLGDCU). Este valor de mercado no puede comprender el beneficio esperado por el empresario sino el precio de una adquisición de reemplazo, es decir, aquella cantidad que el empresario requiera para adquirir en el mercado un bien de idénticas características⁵⁷. Por otro lado, si el empresario hubiera incumplido el deber de información y documentación sobre el derecho de desistimiento, la imposibilidad de devolución sólo será imputable al consumidor cuando hubiera omitido la diligencia que le es exigible en sus propios asuntos (artículo 75 TRLGDCU).

5.4. Excepciones al derecho de desistimiento

Para finalizar, cabe hacer una mención a las excepciones al derecho de desistimiento. Es cierto que, con anterioridad a la reforma operada por la Ley 3/2014, el Texto Refundido no contenía ninguna excepción al citado derecho en el ámbito de los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil y sí lo hacía, en cambio, en relación con los contratos a distancia (artículo 102 TRLGDCU), lo que fue visto por algún autor como una descoordinación por parte del legislador⁵⁸. Esta falta de conexión se corrige en la Directiva 2011/83/UE, cuyo artículo 16 regula las excepciones al derecho de desistimiento en ambos tipos de contratos y, por ende, así lo hace también la mentada Ley 3/2014.

En concreto, el artículo 103 TRLGDCU recoge una larga lista de contratos excluidos⁵⁹. Tales excepciones responden a razones diversas, si bien todas unidas por un nexo común, cual es lo inadecuado de reconocer en este tipo de contratos un derecho de desistimiento al consumidor. En definitiva, se trata de conjurar el riesgo de que en estos supuestos negociales el derecho a desistir pase de ser un instrumento de protección del consumidor a un mecanismo fraudulento y en claro perjuicio del empresario.

De acuerdo con el citado artículo 103, no será aplicable de derecho de desistimiento a:

a) La prestación de servicios, una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado, cuando la ejecución haya comenzado, con previo consentimiento expreso del consumidor y con el

⁵⁷ GARCÍA VICENTE (2009, p. 869).

⁵⁸ CARRASCO PERERA (2008, p. 17) habla de falta de armonía interna entre las distintas modalidades contractuales sobre las que había de practicarse la refundición, que han permanecido con el mismo nivel de disparidad que padecían antes de la misma.

⁵⁹ Siguiendo a TWIGG-FLESNER (2013, p. 98) debe hacerse notar que el artículo 16 de la citada Directiva 2011/83/UE es imperativo, lo cual subraya el carácter de máximos de la Directiva y, por consiguiente, impide a los Estados miembros reconocer un derecho a desistir en estos contratos que incluye la citada norma.

reconocimiento por su parte de que es consciente de que, una vez que el contrato haya sido completamente ejecutado por el empresario, habrá perdido su derecho de desistimiento. Ello se explica, como es bien sabido, porque los servicios no son susceptibles de devolución una vez que han sido prestados.

b) El suministro de bienes o la prestación de servicios cuyo precio dependa de fluctuaciones del mercado financiero que el empresario no pueda controlar y que puedan producirse durante el período de desistimiento. Se trata de evitar así que el empresario tenga que soportar el riesgo a costa de una especulación del consumidor⁶⁰, y en particular, el peligro de que la equivalencia de las prestaciones realizadas se rompa en el momento de la devolución⁶¹.

c) El suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados, como pueden ser unas cortinas hechas a medida o una joya gravada. En tales casos, el derecho de desistimiento resulta inadecuado porque la confección de los bienes conforme a las instrucciones del consumidor o claramente personalizados puede dificultar la reventa tras la devolución o sólo permitirla realizando unos gastos considerables para restituir el bien a su estado original⁶².

d) El suministro de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez, como por ejemplo, alimentos perecederos. En este supuesto, así como en los dos siguientes, la exclusión de derecho de desistimiento obedece también a la falta de aptitud de estos bienes para poder ser reintroducidos en el mercado por el empresario una vez devueltos por el consumidor⁶³.

e) El suministro de bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega.

f) El suministro de bienes que después de su entrega y teniendo en cuenta su naturaleza se hayan mezclado de forma indisociable con otros bienes, como el suministro de combustible.

g) El suministro de bebidas alcohólicas cuyo precio haya sido acordado en el momento de celebrar el contrato de venta y que no puedan ser entregadas antes de treinta días, y cuyo valor real dependa de fluctuaciones del mercado que el empresario no pueda controlar. También aquí, como en el caso de la letra b), se pretende evitar que en el momento de la devolución se produzca una ruptura de la equivalencia de las prestaciones.

h) Los contratos en los que el consumidor haya solicitado específicamente al empresario que le visite para efectuar operaciones de reparación o mantenimiento urgente; si, en esa visita, el empresario presta servicios adicionales a los solicitados específicamente por el consumidor o suministra bienes distintos de las piezas de recambio utilizadas necesariamente para efectuar las

⁶⁰ ARROYO AMAYUELAS (2011, p. 1003).

⁶¹ SÁNCHEZ GÓMEZ (2009, p. 1293).

⁶² ARROYO AMAYUELAS (2011, p. 1004).

⁶³ MIRANDA SERRANO (2011, pp. 1536-1537).

operaciones de mantenimiento o reparación, el derecho de desistimiento debe aplicarse a dichos servicios o bienes adicionales.

i) El suministro de grabaciones sonoras o de vídeo precintadas o de programas informáticos precintados que hayan sido desprecintados por el consumidor después de la entrega. Se excluye el desistimiento en este caso para evitar el riesgo de que el consumidor haga copias del producto antes de devolverlo; se trata, en suma, de impedir que lo adquiera sin tener que pagar por él⁶⁴.

j) El suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas o revistas, con la excepción de los contratos de suscripción para el suministro de tales publicaciones. La razón de la exclusión en tal supuesto radica en la inmediata pérdida de valor que sufren estos bienes, en atención a su periodicidad que puede ser diaria o semanal, lo que impide igualmente su reintroducción en el mercado tras su devolución por el consumidor⁶⁵.

k) Los contratos celebrados mediante subastas públicas. Se define la subasta pública como “el método de venta en el que el comerciante ofrece bienes o servicios a los consumidores que asisten o pueden asistir a la subasta en persona, mediante un procedimiento transparente y competitivo de licitación dirigido por un subastador y en el que el adjudicatario está obligado a comprar los bienes o servicios” [artículo 2.13) Directiva 2011/83/UE]. Ahora bien, de no existir la posibilidad de asistencia presencial, la excepción que nos ocupa no será de aplicación, de tal forma que los compradores podrán ejercitar el derecho de desistimiento como en cualquier venta a distancia o fuera de establecimiento⁶⁶.

l) El suministro de servicios de alojamiento para fines distintos del de servir de vivienda, transporte de bienes, alquiler de vehículos, comida o servicios relacionados con actividades de esparcimiento, si los contratos prevén una fecha o un periodo de ejecución específicos. El reconocimiento del derecho de desistimiento también podría ser inadecuado en estos casos en los que la celebración del contrato implica reservas que el empresario puede tener dificultad para cubrir si se ejerce la facultad de desistir; así ocurre por ejemplo, con las reservas hoteleras y de casas de vacaciones o con las reservas para espectáculos culturales y deportivos⁶⁷.

m) El suministro de contenido digital que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el previo consentimiento expreso del consumidor con el conocimiento por su parte de que en consecuencia pierde su derecho de desistimiento. Téngase presente, como

⁶⁴ ARROYO AMAYUELAS (2011, p. 1005).

⁶⁵ SÁNCHEZ GÓMEZ (2009, p. 1296).

⁶⁶ GÓMEZ POMAR/GILI SALDAÑA (2014, pp. 12-13). Como nos explican los citados autores, en el régimen del TRLGDCU, siguiendo a la Directiva 2011/83/UE, aunque la subasta incluya la posibilidad de participar en el acto de la licitación, el contrato de adquisición de bienes en subasta queda sujeto a las reglas de la Directiva sobre contratos a distancia si, efectivamente, hay pujas a distancia, lo que ocurre es que, se acuda o no personalmente al acto de licitación, no corresponde el derecho de desistimiento del consumidor.

⁶⁷ Directiva 2011/83/UE (Considerando 49).

preceptúa el legislador, que en dichos contratos, el consumidor tendrá derecho a desistir, a menos que haya dado su consentimiento para que comience la ejecución del contrato durante el plazo de desistimiento y haya tenido conocimiento de que, consecuentemente, perderá su derecho a desistir. En tal caso, es lógico que se exceptione el citado derecho.

6. Conclusiones

De todo lo expuesto en páginas previas se puede concluir que la Ley 3/2014, de 27 de marzo, reformadora del Texto Refundido, introduce novedades en el régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil que merecen ser valoradas positivamente desde el punto de vista de la protección del consumidor. Sin embargo, también es cierto que, en algunos aspectos, la nueva Ley resulta ser algo más gravosa para los intereses del aquél, como se ha podido comprobar. Además, por otro lado, cabe reprochar al legislador que no se haya aprovechado la oportunidad de la reforma para colmar algunas carencias que presentaba la regulación anterior de esta modalidad negocial.

Así, entrando en detalles, en relación con el deber de información precontractual, no puede ignorarse la suma importancia de su regulación, por cuanto se trata de un instrumento esencial de protección del consumidor. No cabe duda alguna al respecto. Ello no obstante, en nuestra opinión, con la nueva regulación que impone el deber de facilitar una información tan pormenorizada se corre el riesgo de que termine resultando ineficaz en la práctica. En efecto, este incremento de los deberes informativos puede resultar inoperante, pues ante tal exceso de información es muy probable que la reacción del consumidor sea omitir su lectura.

Por otra parte, se echa de menos que no se regulen las consecuencias civiles para el caso de infracción de los deberes de información que competen al empresario. No aporta la nueva Ley remedios ni tampoco orienta sobre cómo se podrían aplicar otro tipo de herramientas propias del derecho común de contratos. Sólo con carácter excepcional prevé el legislador una consecuencia para el incumplimiento del deber de informar al consumidor de todos los gastos adicionales u otros costes que deba asumir y de su obligación de pagar el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento. La omisión de una u otra información conlleva que el consumidor no tenga que correr con los gastos en cuestión. Hubiera sido deseable la previsión expresa de las consecuencias civiles ante el incumplimiento del deber de información, incluso graduadas en función del tipo de infracción, esto es, distinguiendo según se denuncie la omisión de la información legalmente exigible, o que la información facilitada es errónea o no se ajusta a la realidad.

En cuanto al régimen del derecho de desistimiento, cabe valorar positivamente, en primer lugar, la ampliación del plazo para su ejercicio a catorce días. Se mantiene la determinación de estos días como naturales a los efectos de computar el plazo⁶⁸. También la incorporación de un

⁶⁸ La novedad sobre este punto afecta al régimen general del derecho de desistimiento, pues, con anterioridad a la reforma, el artículo 71.1 TRLGDCU obligaba a realizar el cómputo en días hábiles. Con la nueva Ley, como se ha

formulario normalizado de desistimiento y la posibilidad, además, de cumplimentarlo y enviarlo *on line*. Resulta igualmente ventajoso el establecimiento de un mismo plazo de catorce días para que ambas partes procedan a la restitución recíproca de las prestaciones.

En contraposición, este nuevo régimen del derecho de desistimiento resulta ser más gravoso para el consumidor en algunos puntos. Así, hemos visto que el consumidor deberá soportar los costes que deriven directamente de la devolución de los bienes, salvo que el empresario hubiese aceptado asumirlos o no le haya informado de que le corresponde pagar tales gastos. También en relación con la restitución de las prestaciones realizadas, pues ahora el empresario tiene un derecho de retención que le permite no rembolsar al consumidor las cantidades correspondientes mientras éste no devuelva los bienes o presente una prueba de su devolución.

7. Tabla de sentencias

Tribunal Supremo

| <i>Sala y fecha</i> | <i>Referencia</i> | <i>Magistrado Ponente</i> |
|---------------------|-------------------|----------------------------|
| 1ª, 16.2.2004 | RJ 2004/1415 | Antonio Gullón Ballesteros |
| 1ª, 4.4.2003 | RJ 2003/2771 | Pedro González Poveda |

Audiencias Provinciales

| <i>Tribunal, sección y fecha</i> | <i>Referencia</i> | <i>Magistrado Ponente</i> |
|----------------------------------|-------------------|--|
| Castellón, Sec. 1ª, 30.11.2002 | AC 2003/174 | Fernando Tintoré Loscos |
| Valencia, Sec. 7ª, 21.2.2003 | AC 2003/1291 | Pilar Cerdán Villalba |
| Sevilla, Sec. 8ª, 30.6.2003 | JUR 2003/269020 | Joaquín Pablo Maroto Márquez |
| Málaga, Sec. 5ª, 28.7.2003 | JUR 2003/225559 | Rafael Caballero Bonald Campuzano |
| Córdoba, Sec. 2ª, 6.10.2003 | JUR 2003/270598 | Juan Ramón Berdugo y Gómez de la Torre |
| Cantabria, Sec. 4ª, 8.3.2004 | JUR 2004/126565 | Joaquín Tafur López de Lemus |
| Valladolid, Sec. 3ª, 18.10.2004 | JUR 2004/291923 | Miguel Angel Sendino Arenas |
| Guadalajara, Sec. 1ª, 19.11.2004 | AC 2004/2356 | Concepción Espejel Jorquera |
| Vizcaya, Sec. 3ª, 2.12.2004 | JUR 2005/67896 | María Carmen Keller Echevarría |
| Baleares, Sec. 3ª, 12.12.2004 | JUR 2005/14516 | Carlos Gómez Martínez |
| Asturias, Sec. 7ª, 4.1.2005 | AC 2005/759 | José Luis Casero Alonso |
| Barcelona, Sec. 4ª, 31.1.2005 | AC 2005/139 | Vicente Conca Pérez |

apuntado, este plazo general para desistir del contrato es de catorce días naturales igualmente para todos los casos.

| | | |
|--|-----------------|--|
| Alicante, Sec. 8ª, 10.2.2005 | JUR 2005/80594 | Enrique García-Chamón Cervera |
| Lleida, Sec. 2ª, 26.4.2005 | JUR 2005/173694 | Albert Guilanyà i Foix |
| Málaga, Sec. 5ª, 23.6.2005 | JUR 2005/238441 | Antonio Torrecillas Cabrera |
| Castellón, Sec. 2ª, 3.11.2005 | JUR 2006/107433 | José Luis Antón Blanco |
| Toledo, Sec. 2ª, 20.2.2006 | AC 2006/189 | Rafael Cancer Loma |
| Guadalajara, Sec. 1ª, 10.10.2006 | AC 2006/1864 | Concepción Espejel Jorquera |
| Huelva, Sec. 2ª, 14.1.2007 | JUR 2007/178364 | Francisco José Martín Mazuelos |
| Madrid, Sec. 21ª, 21.3.2007 | JUR 2007/214230 | Mª Almudena Cánovas del Castillo Pascual |
| Madrid, Sec., 13ª, 17.9.2007 | AC 2007/2035 | Modesto de Bustos Gómez-Rico |
| Palencia, Sec. 1ª, 21.9.2007 | JUR 2008/70232 | Carlos Javier Álvarez Fernández |
| Murcia, Sec. 5ª, 19.12.2007 | JUR 2008/101089 | José Joaquín Hervás Ortiz |
| Barcelona, Sec. 16ª, 15.2.2008 | AC 2008/640 | Jordi Seguí Puntas |
| Gerona, Sec. 2ª, 22.4.2008 | AC 2008/1059 | José Isidro Rey Huidobro |
| Gerona, Sec. 2ª, 30.4.2008 | AC 2008/1077 | Joaquim Miquel Fernández Font |
| León, Sec. 3ª, 29.5.2008 | JUR 2008/330268 | Luis Adolfo Mallo Mallo |
| Madrid, Sec. 10ª, 10.6.2008 | JUR 2008/266107 | José Manuel Arias Rodríguez |
| Murcia, Sec. 5ª, 28.11.2008 | JUR 2009/89838 | Matías Manuel Soria Fernández-Mayoralas |
| SAP Alicante, Sec. 9ª, 11.5.2010 | AC 2010/1038 | Encarnación Caturla Juan |
| Madrid, Sec. 14ª, 21.9.2010 | JUR 2010/362299 | Paloma García de Ceca |
| Santa Cruz de Tenerife, Sec. 4ª, 7.10.2010 | AC 2011/1120 | Pablo José Moscoso Torres |
| Albacete, Sec. 1ª, 25.3.2011 | AC 2011/471 | Manuel Mateos Rodríguez |
| Sevilla, Sec. 6ª, 13.6.2011 | JUR 2011/374664 | Rafael Saraza Jimena |
| SAP Córdoba, Sec. 1ª, 19.7.2011 | AC 2011/2085 | Félix Degayon Rojo |
| Valencia, Sec. 7ª, 24.12.2011 | JUR 2004/37945 | José Francisco Beneyto García-Robledo |
| SAP Murcia, Sec. 1ª, 14.3.2012 | JUR 2012/140887 | Cayetano Blasco Ramón |
| Castellón, Sec. 3ª, 10.4.2012 | JUR 2012/254736 | Rafael Giménez Ramón |
| Asturias, Sec. 7ª, 21.9.2012 | JUR 2012/369222 | Marta María Gutiérrez García |
| SAP Málaga, Sec. 4ª, 4.3.2013 | JUR 2013/223583 | Alejandro Martín Delgado |
| SAP Santa Cruz de Tenerife, Sec. 4ª, 12.6.2013 | JUR 2013/318098 | Pablo José Moscoso Torres |
| SAP Barcelona, Sec. 4ª, 29.11.2013 | JUR 2014/50356 | Amparo Riera Fiol |

8. Bibliografía

Natalia ÁLVAREZ LATA (2009), “Artículos 110 a 113”, en Rodrigo BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (Coordinador), *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, Aranzadi, Cizur Menor (Navarra), pp. 1367-1399.

Esther ARROYO AMAYUELAS (2011), “Contratos celebrados a distancia”, en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Director), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, pp. 955-1024.

Roncesvalles BARBER CÁRCAMO (2011), “Contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles (artículos 107-113)”, en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Director), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, pp. 1024-1053.

Juan Manuel BADENAS CARPIO (1994), “La forma y la perfección de los contratos de venta celebrados fuera de los establecimientos mercantiles”, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, núm. 4, pp. 1136-1143.

Sergio CÁMARA LAPUENTE (2011), “Contratos con los consumidores y usuarios (art. 65)”, en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, Madrid, pp. 579-586.

Iris BELUCHE RINCÓN (2009), *El derecho de desistimiento del consumidor*, Tirant lo Blanch, Valencia.
Gema Alejandra BOTANA GARCÍA (1994), *Los contratos realizados fuera de los establecimientos mercantiles y la protección de los consumidores*, Bosch, Barcelona.

Ángel CARRASCO PERERA (2008), “Texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios (Real Decreto Legislativo 1/2007). Ámbito de aplicación y alcance de la refundición”, *Aranzadi Civil-Mercantil*, num. 5 (Estudio).

Mario Enrique CLEMENTE MEORO (2006), “Consecuencias del ejercicio del derecho de desistimiento en los contratos electrónicos”, *Noticias de la Unión Europea*, núm. 263, pp. 5-14.

Jesús DELGADO ECHEVARRÍA y M^a Ángeles PARRA LUCÁN (2005), *Las nulidades de los contratos. En la teoría y en la práctica*, Dykinson, Madrid.

Andrés DOMÍNGUEZ LUELMO (2001), “Derecho de desistimiento (artículos 68 a 79)”, en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Texto refundido*

(RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea, Colex, Madrid, pp. 615-695.

-- (2013), "Derecho de desistimiento", en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Director), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, Civitas, Thomson Reuters, Cizur Menor, pp. 209-236.

Ángel FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR (1993), "El derecho de revocación del consumidor en los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles: algunos problemas derivados de la Ley 26/1991", *Revista de Derecho Mercantil*, núm. 208, pp. 589-614.

Ignacio GALLEGO DOMÍNGUEZ (2011), "Derecho de desistimiento", en Manuel REBOLLO PUIG y Manuel IZQUIERDO CARRASCO (Dirs.), *La defensa de los consumidores y usuarios. Comentario Sistemático del Texto Refundido aprobado por el Real Decreto legislativo 1/2007*, Iustel, Madrid, pp. 1217-1306.

M^a Paz GARCÍA RUBIO (1994), "La forma en los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles. Una aproximación al formalismo como característica del derecho de consumo", *Actualidad Civil*, núm. 2, pp. 277-289.

José Ramón GARCÍA VICENTE (1997), *Ley de Contratos Celebrados Fuera de los Establecimientos Mercantiles: El Derecho de Revocación*, Aranzadi, Pamplona.

-- (2009), "Artículos 59 a 79", en Rodrigo BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (Coordinador), *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, Aranzadi, Cizur Menor (Navarra), pp. 757-881.

Fernando GÓMEZ PÓMAR y Marian GILI SALDAÑA (2014), "El régimen jurídico de las ventas en pública subasta tras la aprobación de la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el TRLGDCU", *InDret 2/2014* (www.indret.com).

Ana Isabel MENDOZA LOSANA (2013), "Observaciones, comentarios y propuestas de mejora del Anteproyecto de Ley por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias aprobado por el Real Decreto legislativo 1/2007", *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, núm. 6, pp. 308-328.

Luis M^a MIRANDA SERRANO (2012), en Luis M^a MIRANDA SERRANO y Javier PAGADOR LÓPEZ (Coordinadores), *Derecho (privado) de los consumidores*, Marcial Pons, Madrid.

-- (2011), "Contratos celebrados a distancia", en Manuel REBOLLO PUIG y Manuel IZQUIERDO CARRASCO (Dirs.), *La defensa de los consumidores y usuarios. Comentario Sistemático del Texto Refundido aprobado por el Real Decreto legislativo 1/2007*, Iustel, Madrid, pp. 1443-1562.

Carmen MORENO-LUQUE CASARIEGO (2000), “Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre Contratos celebrados fuera de los Establecimientos Mercantiles”, en Alicia DE LEÓN ARCE (Dir.), *Derecho de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia y formularios)*, Tirant lo Blanch, Valencia, pp. 285-304.

Fernando PEÑA LÓPEZ (2009), “Artículos 107 a 109”, Rodrigo BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (Coordinador), *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, Aranzadi, Cizur Menor (Navarra), pp. 1331-1365.

Luis PUENTE DE PINEDO (2012), “Artículo 408”, en Fernando TORIBIOS FUENTES, (Director), *Comentarios a la Ley de Enjuiciamiento Civil*, Lex Nova, Valladolid, pp. 668-672.

María José REYES LÓPEZ (2013), “Contratos celebrados fuera de establecimiento comercial”, en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Director), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, Civitas, Thomson Reuters, Cizur Menor, pp. 285-310.

Amelia SÁNCHEZ GÓMEZ (2009), “Artículos 92 a 106”, Rodrigo BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (Coordinador), *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, Aranzadi, Cizur Menor (Navarra), pp. 1181-1329.

Reyes SÁNCHEZ LERÍA y María SERRANO FERNÁNDEZ (2013), “Del Código Civil a las Directivas Comunitarias sobre el derecho de la contratación: un recorrido por el deber de información precontractual al consumidor”, *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, núm. 31, pp. 23-62.

Christian TWIGG-FLESNER (2013), “La Directiva sobre Derecho de los Consumidores en el contexto del Derecho de consumo en la Unión Europea”, en Sergio CÁMARA LAPUENTE, (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, Civitas, Thomson Reuters, Cizur Menor, pp. 81-105.