Circular **JURÍDICA 5/2022** **7/03/2022**

Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica

PDF disposición.

Entrada en vigor: 2 de marzo 2022. (2 de junio en temas de accesibilidad y legibilidad)

La ley tiene como objetivo proteger a las personas consumidoras que, por encontrarse en una situación de vulnerabilidad, no puedan adoptar una decisión acorde a sus intereses en una relación de consumo.

Abarca notables modificaciones relacionadas con los ámbitos de las personas trabajadoras de los centros portuarios de empleo, empresas de trabajo temporal, bienes del sector ferroviario, medidas urgentes en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19, de la Ley de Aguas y de manera especial al texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y al Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, e incluye por primera vez en la normativa estatal de defensa de las personas consumidoras la figura de la persona consumidora vulnerable, que deberá ser objeto de especial atención tanto por parte de autoridades públicas como del sector empresarial en las relaciones de consumo.

Esta situación de vulnerabilidad puede ser determinada por situaciones económicas, de indefensión, subordinación, desproporción, o por circunstancias sociales, situaciones todas ellas que pueden verse agravadas por la actual crisis sanitaria. Por tanto, este **término de vulnerabilidad** en el ámbito del consumo se presenta como un **concepto dinámico**, pudiendo ser temporal y no definiendo exclusivamente a personas o colectivos considerados vulnerables de una forma estructural o permanente.

NOCIÓN DE LA PERSONA CONSUMIDORA VULNERABLE Y SU ESPECIAL PROTECCIÓN

La nueva noción de la persona consumidora vulnerable se establece en los siguientes términos: "*Asimismo, a los efectos de esta ley y sin perjuicio de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo,* **aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad**".

Esta protección especial de la persona consumidora vulnerable se proyecta en diferentes aspectos que implican la modificación de otros tantos preceptos del TRLGDCU:

- **Derechos básicos** de los consumidores y usuarios se añade el derecho a la "*f) La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial en relación con las personas consumidoras vulnerables*" y se señala además que *"los derechos de las personas consumidoras vulnerables gozarán de una especial atención, que será recogida reglamentariamente y por la normativa sectorial*

que resulte de aplicación en cada caso. Los poderes públicos promocionarán políticas y actuaciones tendentes a garantizar sus derechos en condiciones de igualdad, con arreglo a la concreta situación de vulnerabilidad en la que se encuentren, tratando de evitar, en cualquier caso, trámites que puedan dificultar el ejercicio de los mismos".

- **Información, formación y educación** de los consumidores y usuarios en general, se añade que: *"En el cumplimiento de lo dispuesto en los apartados anteriores, se prestará especial atención a aquellos sectores que, debido a su complejidad o características propias, cuenten con mayor proporción de personas consumidoras vulnerables entre sus clientes o usuarios, atendiendo de forma precisa a las circunstancias que generan la situación de concreta vulnerabilidad".*

- **Etiquetado y presentación de los bienes y servicios** y las modalidades de realizarlo se modifica el apartado 2 del artículo 18, que queda redactado en los siguientes términos: *"Sin perjuicio de las exigencias concretas que se establezcan reglamentariamente y de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, que prestarán especial atención a las personas consumidoras vulnerables, todos los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios* ***deberán ser de fácil acceso y comprensión****, ofrecidos en formatos que garanticen su accesibilidad y, en todo caso, incorporar, acompañar o, en último caso, permitir obtener, de forma clara y comprensible, información veraz, eficaz, suficiente y accesible sobre sus características esenciales, en particular sobre las siguientes: (…)".*

- **Protección de los legítimos intereses económicos** de los consumidores y usuarios y, en concreto, al principio general y las prácticas comerciales se modifica el artículo 19 que queda redactado, en su apartado 6, de la siguiente manera: *"6. Las políticas públicas que inciden en el ámbito del consumo y las prácticas comerciales orientadas a las personas consumidoras vulnerables estarán destinadas, en su caso y siempre dentro del ámbito de las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios, a prever y remover, siempre que sea posible, las circunstancias que generan la situación de vulnerabilidad, así como a paliar sus efectos y a garantizar el ejercicio de sus derechos en condiciones de igualdad, en particular en relación con las comunicaciones comerciales o información precontractual facilitada, la atención post contractual o el acceso a bienes o servicios básicos".*

- I**nformación necesaria a incluir en la oferta comercial**, se modifica el apartado 2 del artículo 20 que queda redactados del modo siguiente: *"A efectos del cumplimiento de lo previsto en el apartado anterior y sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, la información necesaria a incluir en la oferta comercial deberá facilitarse a los consumidores o usuarios, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato que garantice su accesibilidad, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses".*

- **Cooperación en materia de control de la calidad** y, en concreto, en cuanto a las competencias de los órganos de cooperación institucional con las comunidades autónomas -competentes por razón de la materia- para acordar la realización de campañas o actuaciones programadas de control de mercado, directamente o en colaboración con las asociaciones de consumidores y usuarios, especialmente en relación con la identificación de bienes o servicios; se modifica la letra c) del artículo 43, que queda redactada del siguiente modo: "*c) Los bienes o servicios sobre los que se produzca un mayor número de reclamaciones o en los que, por el tipo de estas, quepa deducir razonablemente que existen situaciones especialmente lesivas para los derechos de los consumidores y usuarios o que afecten, en particular, a las personas consumidoras vulnerables*".

- Información precontractual, se incorpora un segundo párrafo al apartado 1 del art.60 que queda redactado del modo siguiente: *"Sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, los términos en que se suministre dicha información, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, además de claros, comprensibles, veraces y suficientes, se*

facilitarán en un formato fácilmente accesible, garantizando en su caso la asistencia necesaria, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses". Además, se añade al art.72 la siguiente redacción "en el caso de las personas consumidoras vulnerables, se facilitará la prueba del ejercicio del derecho de desistimiento bastando una afirmación de parte en plazo"; y se introducen en el art.80, nuevas especificaciones de legibilidad: "En ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior a los 2.5 milímetros, el espacio entre líneas fuese inferior a los 1.15 milímetros o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura".

REDACTAR LA INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL Y CONTRACTUAL EN CASTELLANO Y EN CUALQUIERA DE LAS OTRAS LENGUAS OFICIALES EN EL LUGAR DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO

- **Información precontractual**, se modifica el apartado 4 del art.60 que queda redactado en siguiente modo: "La información precontractual debe facilitarse al consumidor y usuario de forma gratuita y al menos en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato".

- **Requisitos formales de los contratos a distancia**., se modifica el apartado 1 del artículo 99, que queda redactado en los siguientes términos: "En los contratos celebrados fuera del establecimiento, el empresario facilitará al consumidor y usuario la información exigida en el artículo 97.1 en papel o, si este está de acuerdo, en otro soporte duradero. Dicha información deberá ser legible y estar redactada al menos en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato y en términos claros y comprensibles".

- **Declaración de garantía comercial**, se modifica el apartado 2 del artículo 127 del título IV del libro segundo, que queda redactado en los siguientes términos: "La declaración de garantía comercial se entregará al consumidor o usuario en un soporte duradero a más tardar en el momento de entrega de los bienes y estará redactada, al menos, en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato, de manera clara y comprensible".

- **Obligaciones de información y contenido del contrato de viaje combinado** y, en concreto, a la información precontractual, se modifica el apartado 3 del artículo 153, que queda redactado en los siguientes términos: "La información a que se hace referencia en los apartados 1 y 2 deberá facilitarse al viajero, al menos, en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato y de forma clara, comprensible y destacada, y cuando se facilite por escrito deberá ser legible"

COMERCIALIZACIÓN DE VIAJES: CADA PROVEEDOR ASUME SU RESPONSABILIDAD POR LA GESTIÓN QUE LE CORRESPONDA, SIN SER OBLIGATORIAMENTE EL MINORISTA EL QUE EJERZA LA "RESPONSABILIDAD SOLIDARIA"

En relación con la comercialización de viajes, incluye la previsión de que cada proveedor asuma su responsabilidad por la gestión que le corresponda dando fin a la respuesta solidaria que recogía la normativa anteriormente. Para ello se modifica el apartado 1 del art.161 del siguiente modo:

"Los organizadores y los minoristas de viajes combinados responderán frente al viajero del correcto cumplimiento de los servicios de viaje incluidos en el contrato **en función de las obligaciones que les**

correspondan por su ámbito de gestión del viaje combinado, con independencia de que estos servicios los deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores".

"No obstante lo anterior, el viajero podrá dirigir las reclamaciones por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso de los servicios que integran el viaje combinado indistintamente ante organizadores o minoristas, que quedarán obligados a informar sobre el régimen de responsabilidad existente, tramitar la reclamación de forma directa o mediante remisión a quien corresponda en función del ámbito de gestión, así como a informar de la evolución de la misma al viajero aunque esté fuera de su ámbito de gestión".

"La falta de gestión de la reclamación por parte del minorista supondrá que deberá responder de forma solidaria con el organizador frente al viajero del correcto cumplimiento de las obligaciones del viaje combinado que correspondan al organizador por su ámbito de gestión. De igual modo, la falta de gestión de la reclamación por parte del organizador supondrá que deberá responder de forma solidaria con el minorista frente al viajero del correcto cumplimiento de las obligaciones del viaje combinado que correspondan al minorista por su ámbito de gestión".

"En estos supuestos, le corresponderá al minorista u organizador, en su caso, la carga de la prueba de que ha actuado diligentemente en la gestión de la reclamación y, en cualquier caso, que ha iniciado la gestión de la misma con carácter inmediato tras su recepción".

"Quien responda de forma solidaria ante el viajero por la falta de gestión de la reclamación tendrá el derecho de repetición frente al organizador o al minorista al que le sea imputable el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato en función de su respectivo ámbito de gestión del viaje combinado".

"Cuando un organizador o un minorista abone una compensación, en función de su ámbito de gestión, conceda una reducción del precio o cumpla las demás obligaciones que impone esta ley, podrá solicitar el resarcimiento a terceros que hayan contribuido a que se produjera el hecho que dio lugar a la compensación, a la reducción del precio o al cumplimiento de otras obligaciones".

ETIQUETADO INCLUSIVO (BRAILLE)

Llega al ordenamiento jurídico por vez primera el deber de incluir el braille al etiquetado de productos de consumo: “El Gobierno, en el plazo de un año desde la entrada en vigor de esta ley, desarrollará reglamentariamente un etiquetado en alfabeto braille, así como en otros formatos que garanticen la accesibilidad universal de aquellos bienes y productos de consumo de especial relevancia para la protección de la seguridad, integridad y calidad de vida, especialmente de las personas ciegas y con discapacidad visual como personas consumidoras vulnerables.”

LA PROTECCIÓN ADICIONAL DEL CONSUMIDOR Y USUARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

- Servicios de pagos digitales que se concreta en el compromiso del Gobierno de promover, en el plazo de tres meses siguientes a la entrada en vigor de la Ley 4/2022 “las modificaciones legislativas necesarias para garantizar la atención personalizada en los servicios de pagos a los consumidores y usuarios en situación de vulnerabilidad que lo demanden, sin discriminación motivada por «brecha digital».

- Medidas organizativas de atención a la clientela por sector de entidades de crédito, que se concreta en el compromiso del Gobierno de promover -en coordinación con el Banco de España como

supervisor, y representantes del sector de entidades de crédito- dicho Plan que incluya, entre otras, las medidas siguientes:

a) Que el cierre de las oficinas bancarias no lleve emparejado el cierre de sus cajeros automáticos externos.

b) El incremento del personal de apoyo para ayudar a las personas con menores capacidades digitales a realizar las operativas necesarias.

c) La instalación de señales e indicaciones de prioridad en el uso de los cajeros automáticos por parte de personas vulnerables.

d) Promover la reserva de cajeros para uso exclusivo de personas vulnerables.

e) Tecnologías de acceso a la banca sencillas, comprensibles, inclusivas y seguras.

f) Máxima seguridad, para proteger a los usuarios bancarios de robos, engaños y estafas on line.

g) Cuantas medidas se consideren necesarias para garantizar la atención presencial a las personas de mayor edad, y a todos aquellos colectivos para los que el acceso a los servicios financieros a través de las nuevas tecnologías constituya un motivo de exclusión financiera.

h) Cuantas medidas se consideren oportunas para acercar los servicios financieros a todas las personas, especialmente en el medio rural, hacerlos más accesibles, teniendo especialmente en cuenta las necesidades de las personas con discapacidad y las personas mayores.

Asimismo, el Gobierno continuará impulsando entre las líneas de actuación estratégica de la sociedad estatal Correos y Telégrafos, S.A., iniciativas para evitar la exclusión financiera de los consumidores en situación de vulnerabilidad, como la instalación en sus oficinas de cajeros automáticos en pequeños núcleos de población sin este tipo de servicios o la firma de acuerdos de colaboración con las entidades bancarias para la realización de operaciones de ingreso y retirada de efectivo".