

Concepto de persona consumidora: derechos y deberes



PIENSA

Se considera “**consumidor**”, a aquella persona física o jurídica que, actuando en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional, adquiere, utiliza o disfruta bienes, productos, servicios, actividades, o funciones, para uso personal, familiar y colectivo, y siendo diferente de que quienes producen, facilitan, suministran o expiden dichos bienes o servicios, tenga naturaleza pública o privada, individual o colectiva, siempre que sea una empresa.

SABÍAS QUE...

El término **consumidor** apenas tiene un siglo. Su origen moderno procede de la expansión de la industria publicitaria en el siglo XX. Arranca en los años 20, cuando los diarios, las revistas y las radios norteamericanas comenzaron a llamar por primera vez “consumidores” a la ciudadanía de Estados Unidos, y se extiende globalmente tras la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial, por la acuciante necesidad de que los ciudadanos y ciudadanas apoyasen la supervivencia de las empresas comprando sus productos¹. Se inaugura así la “Sociedad de consumo”.

Esta evolución económica y social obligó a los poderes públicos a desarrollar unos nuevos derechos y nuevas herramientas o instrumentos para velar por el cumplimiento de esos derechos, poniendo los medios necesarios para atender la vulneración de los mismos y sancionando a quienes los incumplen. La legislación vigente de protección de las personas consumidoras, como la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, así como de las normas de protección

promulgadas por las comunidades autónomas, reconoce estos derechos:

1. **Derecho a la protección de los bienes que puedan afectar a la**



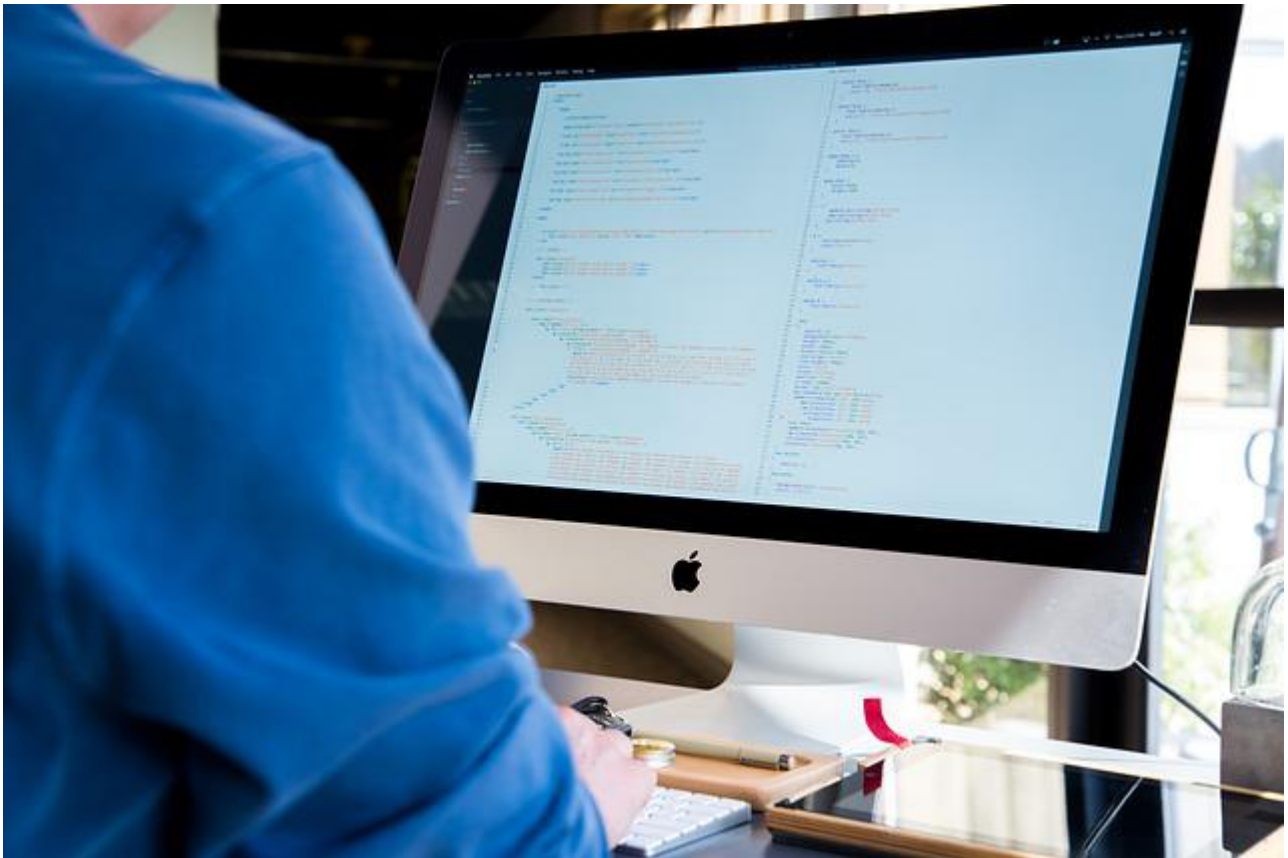
salud o seguridad: Los bienes o servicios puestos en

el mercado deben ser seguros. Se consideran seguros los bienes o servicios que, en condiciones de uso normales o razonablemente previsibles, incluida su duración, no presenten riesgo alguno para la salud o seguridad de las personas, o únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio y considerados admisibles dentro de un nivel elevado de protección de la salud y seguridad de las personas.

Los empresarios pondrán en conocimiento previo del consumidor y usuario, por medios apropiados, los riesgos susceptibles de provenir de una utilización previsible de los bienes y servicios.

2. **Derecho a la información, formación y educación²:** Los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán la formación y educación de los consumidores y usuarios, asegurarán que estos dispongan de la información precisa para el eficaz ejercicio de sus derechos, y velarán para que se les preste la información comprensible sobre el adecuado uso y consumo de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado: objetiva, cierta, eficaz, comprensible y suficiente de los artículos, bienes y servicios.

La información que el vendedor o prestador de servicios aporta debe permitir realizar la selección y la elección final basándose en criterios de racionalidad, seguridad, conservación y protección al medio ambiente. En todo el territorio nacional debe estar escrita, al menos, en castellano.



Las obligaciones concretas de los fabricantes y comerciantes se encuentran en las normas que regulan el etiquetado –que no deben inducir a error al consumidor–, presentación y publicidad de los productos y servicios. En relación a los mensajes publicitarios la normativa general de publicidad es aplicable a cualquier producto o servicio puesto a disposición de los consumidores, además de las obligaciones contenidas en ella, hay algunos sectores (como los productos destinados a alimentación humana o farmacéuticos) que además deben cumplir su normativa específica.

- 3. Derecho a la protección de los legítimos intereses económicos y sociales:** correcto ejercicio de las prácticas comerciales. A estos efectos, se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de bienes o servicios, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación

comercial. En conclusión, que los operadores económicos respeten los legítimos intereses económicos y sociales recogidos en las normas que defienden a las personas consumidoras, en cualquiera de las fases del proceso de compra, uso o de contratación:

Antes: procurando que la oferta, promoción y publicidad de los productos y servicios se ajusten a las características, condiciones, utilidad y finalidad para la que fueron fabricados o diseñados, de modo que no se pueda engañar o inducir a engaño.

El consumidor tiene derecho a recibir un presupuesto previo; a que se utilicen métodos de venta autorizados; a que se prohíba la edición y difusión de publicidad ilícita. Y a que se prohíba la fabricación o venta de productos inseguros.

En el momento de la compra de un producto, o de la contratación de un servicio: procurando que la información y las condiciones de la compra o el contrato sean concretas, claras, comprensibles y sin cláusulas abusivas (condiciones no negociadas individualmente que en contra de las exigencias de la buena fe causen perjuicio al consumidor).

El consumidor tiene derecho a recibir copia del contrato; a recibir factura o justificante de la compra; a que se expongan o queden claros los precios y tarifas; a que las cantidades compradas sean exactas.

Después: procurando que se respeten los derechos de comprobación, garantía comercial, reclamación y posibilidad de renuncia, o devolución, establecidos en las normas legales aplicables, o en los acuerdos particulares a los que se haya llegado.

El consumidor tiene derecho a recibir los documentos de garantía y manuales de instrucciones en los bienes duraderos; a disponer de servicios técnicos para resolver averías y de hojas de reclamaciones.

4. **Derecho a la indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos:** si un consumidor sufre algún daño o perjuicio como consecuencia de la adquisición o utilización de algún producto o servicio, tiene derecho a que se le repare adecuadamente. Aunque son los tribunales de justicia los que pueden decidir sobre la indemnización de daños y perjuicios, el

sistema arbitral de consumo también tiene capacidad para emitir laudos en este sentido, siempre y cuando la empresa lo admita en su adhesión al sistema arbitral.

5. **Derecho de representación, consulta y participación de las asociaciones de consumidores y usuarios:** las organizaciones de consumidores³, legítimamente constituidas son las únicas legitimadas para actuar en nombre y representación de los intereses generales de los consumidores y usuarios.

Las organizaciones de consumidores más representativas a nivel nacional formarán parte del Consejo de Consumidores y Usuarios⁴, órgano de consulta, en el procedimiento de elaboración de disposiciones de carácter general de ámbito estatal relativas a materias que afecten directamente a los consumidores y usuarios.

Las personas consumidoras agrupadas a través de estas organizaciones y asociaciones, pueden ejercer colectivamente, con más fuerza, su capacidad de influir para regular o corregir aspectos importantes de la actividad económica y social. Esas asociaciones disponen de medios propios para orientar a sus asociados y a los consumidores en sus decisiones de compra (con estudios y análisis de productos o servicios). Asimismo, informan, tramitan reclamaciones y participan en procedimientos de resolución de conflictos de consumo (como arbitrajes).

6. **Derecho a la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial en relación con las personas consumidoras vulnerables:** Las normas de protección de los consumidores obligan a las administraciones públicas a disponer de servicios que les ayuden, orienten y defiendan de actuaciones abusivas o ilegítimas en relación a la compra de un producto, o la contratación de un servicio, disponiendo de servicios y oficinas de información al consumidor que les informen de sus derechos y obligaciones. También recibiendo y tramitando consultas, reclamaciones y denuncias sobre asuntos de consumo, así como disponiendo de departamentos que realicen actuaciones de control e inspección de los productos y servicios en cualquier fase de comercialización. Y, en el caso de que se pruebe la existencia de una

irregularidad o infracción administrativa, que sancionen a las empresas o profesionales que las hubieran cometido con acción/intención, o por omisión/negligencia.

El procedimiento sancionador siempre se inicia de oficio: el consumidor no forma parte del procedimiento, pero tiene derecho a ser informado de su iniciación y resolución de acuerdo con la ley. La administración no puede obligar a la empresa, o al profesional que haya cometido la infracción, a reparar los daños causados. Si se quiere exigir una indemnización por los daños y perjuicios se debe acudir a los tribunales o, si la empresa lo acepta, usar la vía arbitral.

Derechos sectoriales: otros órganos competentes:

Para determinados sectores existen derechos que se amplían o concretan en otros órganos administrativos, que no pertenecen a las administraciones de consumo:

- [Transporte aéreo \(Agencia Estatal de Seguridad Aérea\)](#)
- [Telecomunicaciones \(Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones\)](#)
- [Bancos y entidades financieras \(Servicio de Reclamaciones del Banco de España\)](#)
- [Inversiones \(Comisión Nacional del Mercado de Valores\)](#)
- [Seguros \(Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones\)](#)

Tampoco se tramitarán en las autoridades de consumo las reclamaciones relacionadas que no deriven de una relación de consumo, entre otras, con: enseñanza reglada, servicios públicos competencia de la Administración, servicios sanitarios.

Consumidor vulnerable

La [Ley 4/2022, de 25 de febrero](#), de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, introduce numerosos cambios en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU). El más importante es la modificación del artículo 3, que regulaba el concepto de consumidor, y que ahora contiene, en su apartado segundo, la definición de persona consumidora vulnerable, con la intención

de protegerla especialmente. De esta forma, los consumidores vulnerables son personas “en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad”.

¿QUÉ PUEDO HACER YO...?

Puedes conocer cómo ser una persona consumidora más responsable, consciente y sostenible: Ver ficha Consumo sostenible.

- ¹Stuart, Ewen, Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture, Nueva York, McGraw-Hill, 1976.
- ²Ver ficha sobre La publicidad
- ³[Ver ficha de Asociación de consumidores.](#)

PARA SABER MÁS...

- [Directrices de Naciones Unidas para la protección del consumidor](#)
- [Derechos y reclamaciones de los consumidores](#)
- [Derechos del consumidor](#)
- [Nueva Agenda Europea del Consumidor](#)
- ⁴[Consejo de Consumidores y Usuarios](#)