

La firma manuscrita digital, en la contratación presencial, con personas consumidoras y la obligación legal de las empresas, de facilitar información, antes, durante y después de la contratación

Francesc Xavier Sánchez Moragas

Presidente y letrado de la Junta Arbitral Municipal de Consumo de Mataró

Diario La Ley, Nº 10034, Sección Doctrina, 22 de Marzo de 2022, Wolters Kluwer

• ÍNDICE

- [I. Introducción](#)
- [II. La firma manuscrita digitalizada](#)
- [III. El concepto jurídico de soporte duradero, como una extensión digital del contrato formalizado en soporte de papel](#)
- [IV. Los contratos formalizados presencialmente, en formato digital](#)
- [V. La factura digital, asociada a la contratación presencial](#)
- [VI. La garantía comercial digital, en los contratos presenciales](#)
- [VII. Los documentos digitales de desistimiento, en la contratación presencial](#)
- [VIII. Los manuales i las instrucciones digitales, en contrataciones presenciales](#)
- [IX. Las ofertas comerciales digitales en contrataciones presenciales](#)
- [X. La hoja de reclamaciones digital, en la atención presencial](#)
- [XI. Algunos supuestos especiales, de contratación presencial, con el uso de dispositivos digitales. La contratación de servicios financieros](#)
- [XII. Responsabilidad social empresarial y régimen sancionador del derecho del consumo](#)

Normativa comentada

Resumen

La evolución de la contratación analógica, en formato papel, a la que aún están acostumbradas una parte importante de la ciudadanía, hacia una contratación presencial, pero estrictamente digital, a la que se ven sometidas actualmente, las personas de todas las edades, puede implicar que la legislación de protección de los derechos de las personas consumidoras sea ineficaz para cumplir con sus objetivos, si no se consigue un cambio, en la diligencia profesional de las empresas, y un cambio en los hábitos de diligencia personal, por parte de este colectivo de personas consumidoras.

¿Tienen derecho, las personas consumidoras, a que las empresas les faciliten siempre una copia en papel, de todos los documentos y contratos que firmen, de forma manuscrita y presencial, utilizando dispositivos digitales? La respuesta es que sí, que siempre tienen derecho a recibir una copia en soporte papel y algunos de estos documentos los deben recibir antes de firmar, incluso con algunos días de antelación, para así poder tomar una decisión libre i consciente. Ahora bien, la ley también permite a las empresas usar otros soportes, denominados duraderos, que también son válidos, como sucede con los documentos digitalizados, pero en estos casos, las empresas deben de obtener siempre, la conformidad de las personas consumidoras, que antes de aceptar estos tipos de formatos, deben de estar seguras de que, posteriormente, podrán acceder a los documentos y conservarlos durante el tiempo que sea necesario, dependiendo del tipo de contrato, por lo que deben de prestar una atención especial en el momento de contratar, porque algunas empresas suelen intentar obtener una dirección de correo electrónico y aprovechan la firma en dispositivos electrónicos, para obtener su consentimiento, de forma poco transparente, enviando los documentos firmados, a esta dirección de correo, con lo que esas empresas habrán cumplido, falsamente, con los requerimientos legales de transparencia y de información. Además, está claro que, por una cuestión de espacio y de tiempo, las personas consumidoras que firman en estos dispositivos electrónicos, en formato digital, no podrán leer ninguna de las cláusulas del contrato y ello supone un claro impedimento para poder obtener toda la información necesaria, por lo que estas nuevas tecnologías, ponen actualmente en cuestión, la efectividad de las normativas de protección de los derechos de las personas consumidoras y, tanto el legislador como el juzgador, deben de ser conscientes de ello, porque estas prácticas empresariales están siendo cada vez más empleadas, especialmente por las entidades financieras, las empresas de alquiler de vehículos sin conductor, los servicios técnicos de reparación de electrodomésticos, que se desplazan al domicilio del consumidor, los concesionarios de venta de vehículos automóviles, entre muchas otras empresas.

I. Introducción

La normativa básica estatal, de protección de los derechos de las personas consumidoras, es actualmente el [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 \(LA LEY 11922/2007\)](#) y otras leyes complementarias (BOE 30 noviembre 2007, La Ley 11922/2007) —RDLETRGDCU—, que tiene su origen en la primera Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LA LEY 1734/1984) (BOE

núm. 176, de 24 de julio de 1984 La Ley 1734/1984), que tenía el fin de dar cumplimiento al mandato del [artículo 51 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978 \(LA LEY 2500/1978\)](#) (BOE 29 diciembre 1978. La Ley 2500/1978), que establece que los poderes públicos deben garantizar la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos Intereses económicos de los mismos, promoviendo su información y educación y fomentando sus organizaciones de personas consumidoras.

Fue la primera normativa en España, que definía **el concepto legal de persona consumidora**, que describía como el de las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden.

Con esta primera definición, aparecía en la legislación estatal, un plus de protección legal, que no existía en la normativa del derecho civil, para unas personas, que se consideraba que estaban en una situación de desigualdad, en el momento de contratar con las empresas y que, de acuerdo con el marco constitucional, la ley y las administraciones públicas, debían de proteger de una manera especial.

Con esta normativa aparecen nuevos conceptos contractuales, sobre todo, basados **en el derecho a la información de las personas consumidoras**, entre los que ahora nos interesa destacar el derecho a conocer el precio completo o presupuesto, en su caso, y las condiciones jurídicas y económicas de adquisición o utilización, indicando con claridad y de manera diferenciada el precio del producto o servicio y el importe de los incrementos o descuentos, en su caso, y de los costes adicionales por servicios, accesorios, financiación, aplazamiento o similares. Y también la obligación de facilitar, por parte de las empresas, las instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles y, en el caso de los bienes de naturaleza duradera, el productor o suministrador debería entregar a la persona consumidora una garantía, formalizada por escrito.

En definitiva, en un mundo de consumo analógico, era importante conservar la publicidad impresa de las empresas, pedir un presupuesto en papel de los servicios a contratar, exigir una factura en papel en el momento de pagar y conservar el documento de garantía del bien o servicio pagado, para exigir, si fuera necesario, la reparación o sustitución del producto en el caso de existir una falta de conformidad.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, muchas empresas, ofrecen y venden sus productos a distancia, ya sea en Internet, usando el comercio electrónico o mediante

comunicaciones telefónicas y la factura en papel, el presupuesto en papel, la publicidad en papel y la garantía en papel ya no existen, pero es que incluso **en la contratación presencial, las empresas han substituido el papel, por la firma manuscrita en un dispositivo electrónico, que se incorpora en un contrato en formato digital, en una factura digital, en una oferta digital o en una garantía comercial digital.**

Para muchas personas este cambio supondrá enormes ventajas, porque les permite almacenar, de forma ordenada y en muy poco espacio, toda esta documentación. Aunque esta transformación digital exigirá, como veremos más adelante, un nivel de diligencia personal muy elevado, porque requerirá un comportamiento ordenado y metódico, para descargar toda la documentación, periódicamente, ordenarla en un dispositivo electrónico y hacer las oportunas copias de seguridad.

Pero lo cierto es que el problema no está en la documentación digital que, generalmente, las empresas sí que facilitan, una vez formalizados los contratos de compra de bienes y servicios, sino en el cómo facilitan la información relevante, a las personas consumidoras, antes de firmar, por ejemplo, en el caso de los productos financieros, en el momento de firmar en un dispositivo en la oficina bancaria, donde no es posible leer el contrato ni las condiciones esenciales, debiendo de firmar sin ningún tipo de información, o solo con la información que el personal de la empresa considera necesaria, o en el momento de comprar un vehículo con una financiera, o en el momento de alquilar un vehículo sin conductor, o cuando se contrata un servicio de suministro de electricidad o de gas, o de telecomunicaciones, o cada vez, con más frecuencia, cuando el personal técnico de reparación de los electrodomésticos, que se desplaza al domicilio de la persona consumidora, elabora un presupuesto o la factura, en un dispositivo electrónico portátil, donde las personas consumidoras deben firmar, sin la posibilidad de tener el documento en papel donde poder leer las condiciones de la reparación, sus garantías ni los trabajos efectuados.

No se espera, de una empresa, que debe actuar de acuerdo con el principio de buena fe contractual, que, cuando la persona consumidora consiga que le den una copia del documento electrónico que ha firmado, mediante un dispositivo de firma, donde solo aparecía en la pantalla, su nombre y la fecha, se encuentre con una cláusula en el contrato, con un texto parecido a algo así como **«el cliente declara asimismo haber leído íntegramente este documento y estar totalmente de acuerdo con su contenido».**

Los requisitos de información obligatorios que establecen las leyes de protección a las personas consumidoras, son precisamente para evitar esto, pero es ampliamente conocido,

que lo que han hecho muchas empresas, es incorporar todos esos requisitos legales que deben cumplir, en sus contratos y, sin embargo, han seguido con sus prácticas comerciales, condicionando a las personas consumidoras, para que compren o contraten los servicios, sin garantizar que puedan conocer sus derechos, antes de contratar, limitando, por tanto, su capacidad para prestar su consentimiento de manera libre y consciente.

Ante este presunto cumplimiento, del deber de facilitar la información precontractual y, que todos los operadores jurídicos y las mismas empresas y sobre todo, las personas consumidoras, saben que no es real, aún se pretende decir, por parte de algunas empresas, en el momento de aportar las pruebas, ya sea durante el juicio o ante un arbitraje de consumo, que la persona consumidora prestó su consentimiento con toda la información, dado que queda claro que su firma consta en todos los documentos, lo cual sorprende aún más a las personas consumidoras, que, de los hechos aportados, parece quedar acreditado que actuó de forma negligente, firmando sin leer su contrato, o leyendo el contrato y aceptando sus términos, sin que esto sea realmente cierto, encontrándose ante una desprotección, que es precisamente lo que las leyes reguladoras, del derecho del consumo, pretendían evitar con la obligación de informar antes de prestar el consentimiento.

Es cierto que muchas personas consumidoras no actúan de forma diligente, solicitando a las empresas toda la información necesaria para poder contratar de forma totalmente consciente y que en muchas ocasiones estas personas, cuando disponen de esta información, tampoco suelen leer las cláusulas de los contratos que firman, pero sí que solía ser una práctica generalizada, guardar el contrato en formato papel, que las empresas les entregaban una vez firmado el contrato.

Pero actualmente, cuando este contrato ya no suele estar en papel, sino que se ha recogido en un dispositivo electrónico que lo digitaliza, el nivel de diligencia para la persona consumidora debe ser aún mayor, porque en esta situación se requiere aún mucha más atención, dado que la persona tiene muchas menos posibilidades de poder leer su contenido y además, supone un riesgo añadido, para aquellas personas que no disponen de un correo electrónico o de servicio de internet o de telefonía móvil o un ordenador o un teléfono inteligente, donde poder leer el contrato que las empresas suelen enviar, en el mejor de los casos, una vez formalizado el contrato.

Si no hay una dirección de correo electrónico ¿Dónde van a enviar la documentación en formato electrónico? En estos casos, las personas consumidoras pueden y de hecho deberían pedir su copia impresa en papel, pero si las empresas no se la ofrecen, las personas consumidoras pueden quedarse sin ella y esto dificultará, poder disponer de los

documentos probatorios, si fuera el caso, ante un posible procedimiento judicial o extrajudicial, de resolución de conflictos.

II. La firma manuscrita digitalizada

Lo que estamos analizando ahora, son las dificultades que tienen las personas consumidoras, de poder recibir toda la información contractual digital, antes o durante la firma del contrato, mediante dispositivos electrónicos, pero también es importante destacar, que la firma, en sí misma, también debe cumplir ciertos requisitos para dar validez al contrato.

Las empresas y las personas consumidoras, deben saber que no todas las firmas que se digitalizan, en los dispositivos electrónicos que tienen las empresas son iguales, ni tienen los mismos efectos probatorios sobre la identidad y la validez de esa firma.

Este tipo de firmas se regulan en el Reglamento (UE) núm. 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio de 2014 (LA LEY 13356/2014), relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior y por el que se deroga la Directiva 1999/93/CE (LA LEY 10272/1999) — Eidas— (DOUE núm. 257, de 28 de agosto de 2014. La Ley 13356/2014) y en la [Ley 6/2020, de 11 de noviembre \(LA LEY 21517/2020\)](#), reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza (BOE núm. 298, de 12/11/2020. La Ley 21517/2020).

Cuando una persona consumidora firma un contrato, en el establecimiento comercial o empresarial, este dispositivo electrónico puede tener distintas prestaciones tecnológicas:

- Si solo recoge el trazo de la firma manuscrita y lo incrusta en un documento contractual, lo que estaría haciendo es copiar la firma, sin más, o sea digitalizando el trazo para incrustarlo en el documento.
- Pero si el dispositivo, además, es capaz de almacenar los datos biométricos, en un formato electrónico, como pueden ser la presión del trazo, la velocidad o la aceleración, y, sobre todo, fijar la geolocalización, la fecha y hora y la IP del dispositivo utilizado y acreditar que se ha vinculado a un documento concreto, y que se ha enviado a un correo electrónico o a un o número de móvil concreto, el nivel probatorio sería mucho mayor, porque de alguna manera identifica a los firmantes, el lugar, la fecha y el documento.

Si bien el artículo 25 del Reglamento 910/2014, nos advierte, en su apartado primero, que no se deben denegar ni los efectos jurídicos ni la admisibilidad como prueba en procedimientos judiciales a una firma electrónica por el mero hecho de ser una firma electrónica o **porque no cumpla los requisitos de la firma electrónica cualificada**, en su

apartado segundo, este mismo artículo solo **equipara la firma manuscrita, a la firma electrónica cualificada.**

La firma electrónica cualificada se define en el artículo 3 del Reglamento 910/2014, en su apartado 12, como una firma electrónica avanzada que **se crea mediante un dispositivo cualificado de creación de firmas electrónicas** y que se basa en un **certificado cualificado de firma electrónica**, que, en el apartado 15 del mismo artículo, define como un certificado de firma electrónica que **ha sido expedido por un prestador cualificado de servicios de confianza** y que cumple los requisitos establecidos en el anexo I del Reglamento.

Dicho esto, podemos ver que la captura de la firma en dispositivos electrónicos, en comercios y empresas, sería, en muchos casos, **una firma simple, digitalizada**, muy poco segura, o bien **una firma avanzada**, si el dispositivo fuera capaz de identificar al firmante, mediante los registros biométricos y otros datos añadidos, así como la autenticación del documento ante posibles modificaciones, garantizando que estos, una vez firmados, no hayan podido ser manipulados o modificados.

Así pues, generalmente nos encontraremos con firmas electrónicas avanzadas, en el contexto que prevé el artículo 26 del Reglamento 910/2014, que establece como requisitos, para una firma electrónica avanzada, que esté vinculada al firmante de manera única, que permita la identificación del firmante, que se haya creado utilizando datos de creación de la firma electrónica que el firmante puede utilizar, con un alto nivel de confianza, bajo su control exclusivo, y que esté vinculada con los datos firmados por la misma de modo tal que cualquier modificación ulterior de los mismos sea detectable.

III. El concepto jurídico de soporte duradero, como una extensión digital del contrato formalizado en soporte de papel

El concepto jurídico de soporte duradero se regula en el artículo 59.bis.1 del [TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), que en su apartado q) nos define como todo instrumento que permita al consumidor o 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. Y, entre otros, nos dice que 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.

Como podemos ver, el soporte en papel también tiene la consideración de soporte duradero, pero debemos determinar si existe realmente un derecho a obtener la documentación en este formato de papel o las empresas pueden escoger cualquier otro tipo de soporte duradero.

Analicemos con más detalle, algunas de las situaciones más frecuentes en que las personas consumidoras pueden necesitar conservar estos documentos y si las empresas se los pueden facilitar en formato digital, o deben de facilitarlos en formato papel.

IV. Los contratos formalizados presencialmente, en formato digital

Cuando hablamos de este tipo de contratos, que las empresas ponen a disposición de las personas consumidoras, para que firmen y acepten sus cláusulas, estamos hablando de contratos de adhesión, que contienen unas condiciones generales, predispuestas e incorporadas a una pluralidad de contratos exclusivamente por las empresas y que las personas consumidoras no pueden negociar, solo las pueden aceptar, o en todo caso pueden optar por no contratar.

Así pues, poco poder de elección tienen las personas consumidoras, en este tipo de contrato y la [Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación \(LA LEY 1490/1998\)](#) —[LCGC \(LA LEY 1490/1998\)](#)— (BOE núm. 89, de 14/04/1998. La Ley 1490/1998), exige que las condiciones generales que formen parte del contrato, sean conocidas o, en ciertos casos de contratación no escrita, exista posibilidad real de ser conocidas, para el caso que ahora estamos analizando, por las personas consumidoras, y que se redacten de forma transparente, con claridad, concreción y sencillez y, que, además, no sean abusivas.

El [artículo 5 de la LCGC \(LA LEY 1490/1998\)](#) establece, en su apartado primero, que para que las condiciones generales pasen a formar parte del contrato, estas condiciones deben de ser aceptadas, para el caso que nos interesa ahora, por la persona consumidora y, sea firmado por todos los contratantes, debiendo el contrato hacer referencia a las condiciones generales incorporadas. Además, el mismo apartado nos dice que **no podrá entenderse que ha habido aceptación de la incorporación de las condiciones generales al contrato cuando la empresa, en este caso, no haya informado expresamente a la persona consumidora acerca de su existencia y no le haya facilitado un ejemplar de las mismas.**

En conclusión, la persona consumidora debe recibir, por parte de la empresa, antes de firmar, información expresa sobre la existencia de las condiciones generales y la empresa

le debe facilitar una copia de las mismas, que la normativa no especifica que sea en un soporte duradero y que, por tanto, si lo exige la persona consumidora, deberá de ser en papel.

Si una empresa utiliza un dispositivo digital, para que la persona consumidora firme de forma manuscrita y esta persona consumidora firma sin la información previa y puede demostrar que no ha tenido la oportunidad real de conocer de manera completa al tiempo de la celebración del contrato o cuando no hayan sido firmadas, cuando sea necesario, en los términos resultantes del artículo 5, se considerará, de acuerdo con el [artículo 7.1.a\) de la LCGC \(LA LEY 1490/1998\)](#), que estas condiciones generales no han quedado incorporadas al contrato.

También la normativa general de protección a las personas consumidoras regula las obligaciones de la formalización contractual y en este caso, debemos distinguir dos situaciones distintas. Las más frecuentes son **la contratación en la sede de las empresas y comercios** y la segunda, la referente a **la contratación fuera del establecimiento mercantil**, ya sea en el domicilio de la persona consumidora o bien en cualquier otro sitio, como en un viaje organizado.

En todos los casos, el [artículo 63 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), en su apartado primero, establece que **en los contratos con consumidores y usuarios siempre se entregará recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación, incluidas las condiciones generales de la contratación, aceptadas y firmadas por el consumidor y usuario, cuando éstas sean utilizadas en la contratación.**

Aquí no se habla de soporte duradero, se fija la obligación de entregar el documento, por lo que deberemos interpretar que la persona consumidora lo puede exigir en el formato que considere oportuno y en especial, en papel, si así lo desea o no dispone de medios digitales para poder acceder a él.

El [artículo 99 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) es mucho más claro cuando en su apartado primero, establece que, **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 éste está de acuerdo, en otro soporte duradero.** Y en su apartado segundo, **se obliga al empresario a facilitar al consumidor y usuario una copia del contrato firmado o la confirmación del mismo en papel o, si éste está de acuerdo, en un soporte duradero diferente**, incluida, cuando proceda, la confirmación del previo

consentimiento expreso del consumidor y usuario y del conocimiento por su parte de la pérdida del derecho de desistimiento a que se refiere el artículo 103.m).

Queda claro el derecho a recibir una copia en papel y en todo caso, la necesidad de las empresas, de obtener el consentimiento previo de la persona consumidora, para poder formalizar el contrato en formato digital.

Ahora bien, la persona consumidora deberá prestar mucha atención si firma de forma presencial, en un dispositivo digital de la empresa, porque se puede estar autorizando, sin saberlo, a que el contrato se facilite en formato digital, con lo cual, la empresa impone unilateralmente y sin que la persona consumidora sea consciente de ello, la copia digital del contrato, actuando de mala fe.

V. La factura digital, asociada a la contratación presencial

El [artículo 63.3 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) se establece que, en los contratos con consumidores y usuarios, estos tendrán derecho a recibir la factura en papel y que este derecho no podrá quedar condicionado al pago de cantidad económica alguna.

Aquí sí que está suficientemente claro y, además, el mismo artículo especifica que en su caso, la expedición de la factura electrónica estará condicionada a que el empresario haya obtenido previamente el consentimiento expreso del consumidor. La solicitud del consentimiento deberá precisar la forma en la que se procederá a recibir la factura electrónica, así como la posibilidad de que el destinatario que haya dado su consentimiento pueda revocarlo y la forma en la que podrá realizarse dicha revocación.

VI. La garantía comercial digital, en los contratos presenciales

No existe una obligación expresa de suministrar un documento **de garantía legal** porque solo con acreditar la fecha de la compra, con la factura, las empresas deben de responder ante cualquiera falta de conformidad, de un producto o servicio, de acuerdo con lo que establece el [TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) . **Pero si las empresas, de forma voluntaria, ofrecen una garantía comercial superior a la legal, esta sí que, como parte del contrato ofrecido, debe de constar en un documento escrito.**

El [artículo 127 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), en su apartado segundo, establece que, 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, de manera clara y comprensible.

No existe una obligación tan clara, como en el caso de las facturas, de que se deba facilitar en formato papel, por lo cual, parece que las empresas podrían escoger cualquier otro formato duradero, para facilitarlo a la persona consumidora, pero si esta manifiesta que no dispone de medios electrónicos para recibir ni leer este documento de garantía comercial, la empresa se la deberá facilitar en papel, a no ser, que el bien que cubre la garantía comercial, sea por ejemplo, un ordenador personal o cualquier otro dispositivo electrónico que, precisamente, permita la lectura del documento.

VII. Los documentos digitales de desistimiento, en la contratación presencial

Uno de los derechos más importantes que tienen las personas consumidoras, en algunas contrataciones, es el derecho de desistimiento, que de acuerdo con el [artículo 68 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) es 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.

El derecho de desistimiento puede ser, de acuerdo con el [artículo 79 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), de carácter contractual y, por tanto, de naturaleza voluntaria para las empresas, aunque vinculante una vez forme parte del contrato, o de carácter obligatorio, cuando la ley así lo establezca, como sucede en el caso de los contratos celebrados a distancia y contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil, según lo estipulado en el [artículo 102 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#).

En el caso en que la ley atribuya el derecho de desistimiento al consumidor y usuario, el [artículo 69 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) establece que el empresario contratante deberá informarle por escrito en el documento contractual, de manera clara, comprensible y precisa, del derecho de desistir del contrato y de los requisitos y consecuencias de su ejercicio, incluidas las modalidades de restitución del bien o servicio recibido. Deberá entregarle, además, un documento de desistimiento, identificado claramente como tal, que exprese el nombre y dirección de la persona a quien debe enviarse y los datos de identificación del contrato y de los contratantes a que se refiere.

Aquí la norma no se habla de un formato duradero, sino que, como sucedía con la obligación legal, de facilitar una copia del contrato, también existe una obligación legal de facilitar un documento de desistimiento.

Dado que este mismo artículo, en su apartado segundo establece que le corresponde al empresario probar el cumplimiento de haber facilitado este documento, debemos tener en

cuenta que el hecho de facilitar un correo electrónico a la empresa, podría significar que se está dispuesto a recibir el documento de forma electrónica, pero si la contratación es presencial, deberían facilitarnos el documento en papel si así lo exigiéramos.

VIII. Los manuales i las instrucciones digitales, en contrataciones presenciales

Muchas veces, las personas consumidoras que han comprado un electrodoméstico o cualquier otro producto industrial, al abrir la caja se han encontrado, en lugar de con un manual de instrucciones impreso en papel, con un CD-ROM o los DVD, donde, en formato digital, se podía acceder al manual de instrucciones, aunque esta tecnología ya ha dejado de ser la más utilizada y ahora, se suele substituir por un código QR o un enlace a la página web de la empresa, donde la persona consumidora, puede descargarse el archivo digital, con el manual en su idioma.

En estos casos, el [artículo 18 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) obliga a que las empresas informen sobre las características del bien o servicio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención y, en su apartado e), obliga a facilitar las instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, así como la correcta gestión de sus residuos, advertencias y riesgos previsibles.

Las empresas también deben tener en cuenta que, el Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre (LA LEY 25/2004), sobre seguridad general de los productos (BOE núm. 9, de 10/01/2004. La Ley 25/2004), en su artículo cuarto, establece que los productores tienen el deber de poner en el mercado únicamente productos seguros y que un producto, solo se podrá considerar seguro, entro otros aspectos regulados en su artículo segundo, cuando se informe correctamente de los posibles riesgos, en el etiquetado; los posibles avisos e instrucciones de uso y eliminación; las instrucciones de montaje y, si procede, instalación y mantenimiento, así como cualquier otra indicación o información relativa al producto.

Debe garantizarse pues, que todas las personas consumidoras pueden disponer de esta información, que deberá ser en formato en papel, si así lo solicita la persona consumidora, por ejemplo, por no disponer de medios tecnológicos, para acceder al manual en formato digital.

IX. Las ofertas comerciales digitales en contrataciones presenciales

El [artículo 20 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), referido a la información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios, establece que las prácticas comerciales que, de un

modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio, posibilitando que el consumidor o usuario tome una decisión sobre la contratación, y siempre que no pueda desprenderse claramente del contexto, deberán contener, entre otros aspectos y para lo que ahora estamos analizando:

- **b)** Las características esenciales del bien o servicio de una forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado.
- **c)** El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario.
- **d)** Los procedimientos de pago y los plazos de entrega y ejecución del contrato, cuando se aparten de las exigencias de la diligencia profesional, entendiéndose por tal el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado.
- **e)** En su caso, existencia del derecho de desistimiento.
- **f)** En el caso de bienes y servicios ofrecidos en mercados en línea, si el tercero que ofrece el bien o servicio tiene la condición de empresario o no, con arreglo a su declaración al proveedor del mercado en línea.

¿Cómo debe facilitarse esta información en las prácticas comerciales presenciales? Pues el apartado segundo del mismo [artículo 20 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) establece que 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 unos formatos adecuados, accesibles y comprensibles, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.**

Lo que implica, que, en una contratación presencial, la información deberá facilitarse a la persona consumidora, en papel, si esta la solicita así.

Y el apartado quinto del [artículo 20 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) establece que **la carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información incumbirá al empresario** y finalmente, debemos tener en cuenta que el apartado sexto del mismo artículo establece que **el incumplimiento de lo dispuesto en lo referente a la información obligatoria, será considerado una práctica desleal por engañosa** en el sentido del [artículo 7 de la Ley 3/1991, de 10 de enero \(LA LEY 109/1991\)](#), de Competencia Desleal (BOE núm. 10, de 11/01/1991 La Ley 109/1991) con la omisión u ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. También se

considera desleal si la información que se ofrece es poco clara, ininteligible, ambigua, no se ofrece en el momento adecuado, o no se da a conocer el propósito comercial de esa práctica, cuando no resulte evidente por el contexto.

Debemos recordar que el [artículo 47.1 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#) tipifica, en su apartado m), entre las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios, el uso de prácticas comerciales desleales con los consumidores o usuarios, por lo que no facilitar la información obligatoria en el ejercicio de prácticas comerciales, constituye una infracción administrativa en materia de consumo.

X. La hoja de reclamaciones digital, en la atención presencial

Las personas consumidoras, una vez formalizado el contrato, tienen el derecho a exigir a las empresas, una atención postcontractual, que les permita asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del bien o servicio y puedan reclamar con eficacia en caso de error, defecto o deterioro, puedan hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos, y obtener la devolución equitativa del precio de mercado del bien o servicio, total o parcialmente, en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso.

Así se establece en el [artículo 21 del TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), que en su apartado segundo habla también de los servicios de atención al cliente, que están obligados a asegurar que las personas consumidoras tengan constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, **en papel o en cualquier otro soporte duradero.**

Dado que las competencias de consumo, en España, son generalmente de las Comunidades Autónomas, muchas de estas tienen sus normativas específicas de protección a las personas consumidoras y entre estas regulaciones, suelen aparecer las hojas oficiales de reclamaciones, que todas las empresas y comercios deben poner a disposición, de las personas consumidoras, en sus establecimientos físicos.

Queda claro que, si se usan las hojas de reclamaciones oficiales, en formato de papel, se tiene derecho a tener una copia en papel, tanto las empresas como las personas consumidoras, pero si no se usan las hojas oficiales de reclamación, vemos como la ley permite a las empresas, facilitar una copia en papel o en otro soporte duradero. Debiendo entender, que, si la persona consumidora no dispone de medios digitales, la copia deberá ser en papel, aunque se haya firmado en el dispositivo digital del establecimiento.

XI. Algunos supuestos especiales, de contratación presencial, con el uso de dispositivos digitales. La contratación de servicios financieros

1. Contratación de servicios de pago

En la contratación de servicios de pago, el [artículo 29, apartado primero, del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre \(LA LEY 18608/2018\)](#), de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera —LSP— (BOE núm. 284, de 24/11/2018. La Ley 18608/2018) establece que **el proveedor de servicios de pago debe facilitar al usuario de servicios de pago, de un modo fácilmente accesible para él, toda la información y condiciones relativas a la prestación de los servicios de pago** que en desarrollo de este real decreto-ley se fijen y, en el artículo 31 de la misma ley, se establece que la carga de la prueba del cumplimiento de los requisitos en materia de información recaerá sobre el proveedor de servicios de pago.

Y por lo que hace referencia a cualquier posible modificación, de las condiciones del contrato marco, el artículo 33 de la LSP, en su apartado primero, concreta que **el proveedor de servicios de pago deberá proponer cualquier modificación de las condiciones contractuales y de la información y las condiciones de manera clara, individualizada, sin acumularla a otra información o a publicidad, y en papel u otro soporte duradero.**

El artículo 3 de la LSP, también define, en su apartado 1.41, el «soporte duradero» como un instrumento que permita al usuario de servicios de pago almacenar la información que le ha sido transmitida personalmente, de manera fácilmente accesible para su futura consulta, durante un período de tiempo adecuado para los fines de dicha información, y que permita la reproducción sin cambios de la información almacenada.

Así pues, el deber de información recae en las empresas que deben hacerlo de forma accesible para la persona consumidora y, por tanto, utilizando el medio que permita realmente, a la persona consumidora, recibir esta información y si esta lo solicita, en papel.

Interesa hacer referencia también a **la tramitación de las posibles reclamaciones de las personas consumidoras**, dado que el artículo 69 de la LSP establece que los proveedores de servicios de pago dispondrán de un servicio de atención al cliente que resolverá las reclamaciones que les presenten sus usuarios de servicios de pago en relación con los derechos y obligaciones **en papel o, si así acuerdan el proveedor y el usuario, en otro soporte duradero.**

2. Contratación de créditos al consumo

Hablamos de un contrato de crédito al consumo, cuando un prestamista concede o se compromete a conceder a un consumidor un crédito bajo la forma de pago aplazado, préstamo, apertura de crédito o cualquier medio equivalente de financiación.

Por la trascendencia y los efectos que puede tener, este tipo de contratos, para la economía de las personas consumidoras, la ley establece unos requisitos de información previa y de protección, muy exigentes, que las entidades que conceden el crédito deben cumplir.

El [artículo 7 de la Ley 16/2011, de 24 de junio \(LA LEY 13381/2011\)](#), de contratos de crédito al consumo —LCCC— (BOE núm. 151, de 25/06/2011. La Ley 13381/2011) establece que toda la información que con arreglo a esta Ley se deba de proporcionar al consumidor, ya sea con carácter previo al contrato, durante su vigencia o para su extinción, **deberá constar en papel o en cualquier otro soporte duradero y, que por soporte duradero se entiende todo instrumento que permita al consumidor conservar la información que se le transmita personalmente de forma que en el futuro pueda recuperarla fácilmente durante un período de tiempo adaptado a los fines de dicha información, y que permita la reproducción idéntica de la información almacenada.**

Por tanto, nos encontramos otra vez, con la posibilidad de suministrar la información en soporte duradero, aunque si este soporte no permita a la persona consumidora, tener constancia de esa información, se deberá suministrar en papel.

¿De qué información estamos hablando?

El artículo 8 de la LCCC nos habla de la oferta vinculante que **el prestamista está obligado a entregarle antes de la celebración del contrato**, si el consumidor así lo solicita, en un documento con todas las condiciones del crédito en términos idénticos a lo establecido en el artículo 10 para la información previa al contrato, como oferta vinculante que deberá mantener durante un plazo mínimo de catorce días naturales desde su entrega, salvo que medien circunstancias extraordinarias o no imputables a él. Si esta oferta se hace al mismo tiempo que se comunica la información previa al contrato prevista en el artículo 10, deberá facilitarse al consumidor en un documento separado que podrá adjuntarse a la Información normalizada europea sobre crédito al consumo.

Y el artículo 10 de la LCCC se refiere a la información previa al contrato, que **el prestamista y, en su caso, el intermediario de crédito debe de facilitar de forma gratuita al consumidor, con la debida antelación y antes de que el consumidor asuma cualquier obligación.** En este caso, el apartado segundo del artículo 10 de la LCCC establece que esta información será en papel o en cualquier otro soporte duradero.

Y es muy importante señalar, que el apartado segundo del artículo séptimo de la LCCC, establece que **el incumplimiento de los requisitos relativos a la información previa y al suministro de la misma dará lugar a la anulabilidad del contrato.**

XII. Responsabilidad social empresarial y régimen sancionador del derecho del consumo

Ya hemos visto que el derecho del consumo nace para proteger a las personas consumidoras, en sus relaciones contractuales con las empresas y que una de las formas de hacerlo es exigir, a las empresas, que faciliten información suficiente, sobre todas las condiciones de la contratación, para que estas personas consumidoras, puedan analizar esta información y puedan adoptar una decisión libre y consciente, antes de contratar.

Estamos ante dos requerimientos de diligencia distintos. Uno dirigido a las empresas, pero el otro está dirigido a las personas consumidoras, que deben de ser conscientes que, con la información que las empresas les deberán de facilitar, deberán actuar de manera responsable y asumir, posteriormente, las consecuencias de su decisión contractual, sin poder alegar, por el simple hecho de ser la parte débil, de la relación contractual, ninguna indefensión.

Pero en el caso de las empresas, incumplir la «*lex artis*» y actuar de manera irresponsable, puede tener, a mi entender, consecuencias muy negativas que no ayudarán en nada a fomentar el uso de la firma manuscrita en dispositivos electrónicos, porque las malas prácticas empresariales, al final pueden llevar a una desconfianza generalizada, donde la persona consumidora, sabe que firma sin la información a la que tiene derecho, y se puede llegar a sentir claramente engañada.

Además, las empresas deben ser conscientes de que este tipo de comportamiento es considerado por la normativa, un comportamiento desleal con las personas consumidoras, tipificado en el [TRLGDCU \(LA LEY 11922/2007\)](#), como una infracción administrativa, por ser contrario a las exigencias de la buena fe y a la diligencia profesional de las empresas, que como hemos dicho, deberían de operar, con un nivel de competencia y de cuidados especiales, conforme a las prácticas honestas del mercado.

Está en manos de las empresas responsables actuar de buena fe, también en las contrataciones presenciales, que usan como soporte para la contratación, los dispositivos digitales, buscando el justo equilibrio entre los derechos y las obligaciones de las partes, informando de forma previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, con concreción, claridad y sencillez y prestando una atención especial, a las personas consumidoras más

vulnerables, como pueden ser las personas mayores o las personas con diversidad funcional e intelectual, debiendo de facilitar siempre, toda la documentación en un formato accesible.