

# CIUDADANOS ACTIVOS

Asociación de aprendizaje  
Grundtvig

## GUÍA DIDÁCTICA

Módulo 1: Aprender a defenderse





Autora de la Guía Didáctica: Nieves Álvarez Martín

Personas implicadas en el proyecto:

Por España:

- Nieves Álvarez Martín,
- Miguel Ángel García González
- Eva Hoyos Miguel
- Marta Ruiz Villasante
- Red Española de Educación del Consumidor

Por ALEMANIA:

- Anne Schelhowe

Por BÉLGICA:

- Stefaan Hendrickx
- Ann de Roeck-Isebaert
- Chris Crabbé

Por GRECIA:

- George Pavlikakis
- Kleopatra Kretikopoulou
- Sofia Vouraki

Material producido dentro del proyecto:

- CIUDADANOS ACTIVOS (ACTIVE CITIZENS 2008-1-ES1-GRUO6-0135)

Financiado por:

- Comisión Europea DG Educación y Cultura
- Lifelong Learning Programme – GRUNDTVIG - 2008

Coordinado por:

- MAG (Estudios de Consumo) para
- Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria



## ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN.....	4
2. OBJETIVOS.....	4
3. CONTENIDOS.....	5
4. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS.....	12
5. FICHAS DIDÁCTICAS.....	22



## MÓDULO 1: “Aprenda a defenderse”

Derechos (y obligaciones) de los consumidores y cómo ejercerlos. La resolución de los conflictos de consumo.

### 1. PRESENTACIÓN

Los consumidores tenemos reconocidos unos derechos, pero, no lo olvidemos, también tenemos obligaciones. “Aprenda a defenderse” es un material didáctico multimedia que persigue formar e informar al consumidor presentando casos reales a través de los cuales se puede ver cómo nace un conflicto entre consumidores y empresarios, cómo actuar y dónde acudir.

Pero, ¡atención! Aunque el vídeo que se incluye en el PowerPoint está elaborado sobre la base de un caso real, no siempre las cosas suceden de esta forma. Es por ello conveniente tener claro desde el principio que: no siempre es fácil encontrar una solución para los conflictos; no todas las empresas están adheridas al Sistema Arbitral de Consumo; los consumidores no deberían esperar todo de la Administración de Consumo porque, a veces, la necesaria burocracia y los obligados controles, le impiden compaginar una actuación correcta con la rapidez deseada.

Además, el consumidor debería saber que, en principio, es conveniente intentar resolver los problemas de forma amistosa entre las partes, en la propia tienda o empresa. Además, siempre se puede recurrir a los Tribunales de Justicia, sobre todo en conflictos importantes. El Sistema Arbitral es una solución pero no la única.

Teniendo en cuenta el punto anterior, con la presentación PowerPoint, las sugerencias y fichas didácticas, se pueden plantear diferentes acciones formativas.

### 2. OBJETIVOS FORMATIVOS

- Saber dónde encontrar información amplia.
- Aprender a detectar cómo surge un conflicto de consumo.
- Ser capaz de actuar de forma preventiva.
- Conocer los derechos que le asisten como consumidor y ser consciente de sus obligaciones.
- Saber dónde y cómo registrar una reclamación.



- Conocer el funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo (sistemas extrajudiciales).
- Aprender a actuar de forma responsable en relación al cambio climático (decisiones positivas).

### **3. CONTENIDOS**

#### **3.1.- RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

##### **Sistema arbitral de consumo**

El Sistema Arbitral de Consumo es el instrumento que las Administraciones Públicas ponen a disposición de los ciudadanos para resolver extrajudicialmente los conflictos y reclamaciones que surgen en las relaciones de consumo. A través de este sistema las partes voluntariamente encomiendan a un órgano arbitral, que actúa con imparcialidad, independencia y confidencialidad, la decisión sobre la controversia o conflicto surgido entre ellos.

No podrán ser objeto de arbitraje de consumo los conflictos que versen sobre intoxicación, lesión, muerte o aquéllos en que existan indicios racionales de delito, incluida la responsabilidad por daños y perjuicios directamente derivada de ellos.

El Sistema Arbitral de Consumo se organiza a través de las Juntas Arbitrales de Consumo, la Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo, el Consejo General del Sistema Arbitral de Consumo y los órganos arbitrales.

El Arbitraje de Consumo es un sistema:

- **Voluntario:** porque solo procede el arbitraje cuando ambas partes, consumidor o usuario y empresario o comerciante muestran su voluntad de manera expresa de someterse al Arbitraje de consumo.
- **Extrajudicial:** porque es un sistema alternativo de acceso a la justicia. No es necesario acudir a los tribunales ordinarios, pero las decisiones son de obligado cumplimiento por las partes implicadas. Las decisiones dictadas por el Colegio Arbitral, los laudos, tienen el efecto de sentencia firme.
- **Gratuito:** porque el consumidor no tiene que pagar nada por solicitar los servicios de la Junta Arbitral y las empresas tampoco tienen que pagar ninguna cuota por estar adheridas al Sistema Arbitral de



Consumo. Solo en caso de que haga falta un peritaje, su coste correrá a cargo de la parte que lo haya solicitado, o bien del Colegio Arbitral, si ha sido éste quien lo ha solicitado.

- Vinculante y ejecutivo: porque una vez que las partes se adhieren al sistema deben respetar lo estipulado y aceptar el Laudo.
- Rápido: porque el Arbitraje de Consumo sigue una tramitación muy sencilla, sin complicadas formalidades y porque el Laudo debe ser dictado antes de que pasen cuatro meses desde la designación del Colegio Arbitral
- Objetivo e imparcial: porque es un sistema a través del cual se intenta dar una solución con imparcialidad e independencia, ya que cada Colegio arbitral se forma con tres personas, dos árbitros, uno que representa a los consumidores, otro al sector empresarial y un presidente que nombra la Administración de la que depende la Junta.

### **Arbitraje de consumo electrónico**

El arbitraje de consumo electrónico es aquel que se sustancia íntegramente, desde la solicitud de arbitraje hasta la terminación del procedimiento, incluidas las notificaciones por medios electrónicos, sin perjuicio de que alguna actuación arbitral deba practicarse por medios tradicionales.

### **Arbitraje de consumo colectivo**

El arbitraje de consumo colectivo tiene por objeto resolver en un único procedimiento arbitral de consumo los conflictos que, en base al mismo presupuesto fáctico, hayan podido lesionar los intereses colectivos de los consumidores y usuarios, afectando a un número determinado o determinable de éstos.

### **Asociaciones de consumidores**

Las asociaciones de consumidores y usuarios son organizaciones cuya finalidad es la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación, bien sea con carácter general, bien en relación con bienes o servicios determinados.

También son asociaciones de consumidores y usuarios las entidades constituidas por consumidores con arreglo a la legislación de cooperativas, y en cuyos fines figure, necesariamente, la educación y



formación de sus socios, y estén obligadas a constituir un fondo con tal objeto, según su legislación específica.

Las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito estatal y todas aquéllas que no desarrollen principalmente sus funciones en el ámbito de una comunidad autónoma, deben figurar inscritas en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios que se gestiona en el Instituto Nacional del Consumo.

Las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito supraautonómico, legalmente constituidas e inscritas en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios tienen derecho a:

- Ser declaradas de utilidad pública.
- Percibir ayudas y subvenciones públicas.
- Representar, como asociación de consumidores y usuarios, a sus asociados y ejercer las correspondientes acciones en defensa de los mismos, de la asociación o de los intereses generales, colectivos o difusos, de los consumidores y usuarios.
- Disfrutar del derecho de asistencia jurídica gratuita en la forma prevista en la Ley de Asistencia Jurídica Gratuita.
- Integrarse en el Consejo de Consumidores y Usuarios.

Las asociaciones de consumidores no pueden:

- Incluir como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.
- Percibir ayudas económicas o financieras de las empresas o grupo de empresas que suministran bienes o servicios a los consumidores o usuarios.
- Realizar comunicaciones comerciales de bienes y servicios.
- Autorizar el uso de su denominación, imagen o cualquier otro signo representativo en la publicidad comercial realizada por los operadores del mercado, o no realizar las actuaciones tendentes a impedir dicha utilización, a partir del momento en que se tenga conocimiento de esta conducta.
- Dedicarse a actividades distintas de la defensa de los intereses de los consumidores o usuarios.



- Incumplir las obligaciones de transparencia previstas en la legislación.
- Actuar la organización o sus representantes legales con manifiesta temeridad, judicialmente apreciada.

## **OMIC**

Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor son servicios municipales gratuitos de atención a los ciudadanos en su calidad de consumidores y usuarios.

Sus fines principales son informar, educar, orientar y formar a los consumidores, así como recibir denuncias y reclamaciones.

Las OMICs suelen ofrecer, entre otros, los siguientes servicios:

- Información, ayuda y orientación a los consumidores y usuarios
- Atención y respuesta a consultas
- Recepción, registro y trámite de denuncias, quejas y reclamaciones
- Mediación entre las partes
- Edición de material informativo y realización de campañas de información y formación en materia de consumo
- Análisis de legislación y documentación técnica
- Colaboración con Asociaciones de Consumidores y el Sistema Arbitral de Consumo

## **Centros europeos del consumidor**

Los Centros Europeos del Consumidor son organismos públicos de atención al consumidor de cualquier Estado Miembro de la Unión Europea. A estos centros pueden dirigirse todos los consumidores europeos que precisen atención, información o asistencia sobre diferentes cuestiones en relación con la adquisición de un bien o la utilización de un servicio en un país diferente al propio.



Las funciones de los Centros Europeos del Consumidor son: asesorar a los consumidores sobre sus derechos en materia de consumo, informar y llevar a cabo una política activa de difusión de los derechos de los consumidores y de la política comunitaria en materia de consumo y mediar en las quejas y reclamaciones transfronterizas cuando un consumidor nacional reclama contra una empresa situada en otro Estado de la Unión Europea o cuando un consumidor de otro Estado reclama contra una empresa española.

## **LAS HOJAS DE RECLAMACIONES**

### ***¿Qué son las hojas de reclamaciones y para qué sirven?***

Son el mejor instrumento para poner en conocimiento de la Administración una posible vulneración de los derechos de los consumidores, permitiendo así que ésta inicie las actuaciones necesarias para poder llegar a una solución satisfactoria.

Las Hojas de Reclamaciones se componen de un juego de cuatro impresos autocopiativos, siendo el original de color blanco y las copias rosa, verde y amarilla.

### ***¿Cómo se rellenas las hojas de reclamaciones?***

Las hojas de reclamaciones deben estar en el mismo lugar en que se comercialicen los productos o se presten los servicios o en el señalado como de información o atención al cliente, y ser entregada de inmediato al consumidor, sin que se le obligue a desplazarse a otro lugar para obtenerlas ni a que tenga que esperar de forma innecesaria a que se las entregue otra persona ausente en esos momentos del local.

Al rellenar la hoja de reclamaciones el consumidor debe hacer constar:

Sus datos, expresados con precisión (nombre, número de DNI o pasaporte, etc...) y, sobretodo, expresar con claridad los hechos objeto de reclamación y qué es lo que solicita para resolver el problema.

Además, si el reclamado no lo hace, será el propio consumidor el que haga constar los datos del establecimiento.

En la misma hoja, el comerciante o prestador de servicios expondrá su versión de los hechos en el apartado destinado al efecto.

Tras esto, el consumidor se quedará con los ejemplares blanco y verde y el profesional con las copias rosa y amarilla.



### ***¿Qué debe hacer el consumidor con sus ejemplares?***

El consumidor deberá remitir la copia blanca, junto con los documentos que considere convenientes (ticket, resguardos, etc...) al Servicio Territorial de Consumo correspondiente a su provincia, o bien presentarlo en cualquier Registro Oficial.

También tiene la posibilidad de acudir a la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) más cercana.

Hay que tener en cuenta que las hojas de reclamaciones contra establecimientos turísticos se remitirán, una vez cumplimentadas, a los Servicios Territoriales de Turismo.

### ***¿Qué hacer si no nos quieren facilitar las hojas de reclamaciones o no disponen de ellas?***

Si un establecimiento o profesional se niega a facilitar al consumidor la correspondiente hoja de reclamaciones, o no dispone de ellas, el consumidor podrá solicitar la presencia de la Policía local en el lugar de los hechos para que levante acta de lo ocurrido, ya que se estará produciendo una infracción en materia de consumo

De cualquier modo, el hecho de que el establecimiento no disponga de hojas de reclamaciones no impide que el consumidor exponga su queja, ya que bastará con que la presente mediante un simple folio en cualquiera de los lugares comentados anteriormente.

## **3.2.- DERECHOS BÁSICOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS**

Los derechos básicos e irrenunciables de los consumidores y usuarios son:

- La protección contra los riesgos que puedan afectar su 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.
- La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.



- La utilización de concursos, sorteos, regalos, vales-premio o similares debe producirse en condiciones de transparencia y siempre protegiendo los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios.
  - La comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos debe permitir: que el consumidor se asegure de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del bien o servicio, pueda reclamar con eficacia, pueda hacer efectivas las garantías de calidad, y obtener la devolución equitativa del precio de mercado del bien o servicio, total o parcialmente, en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso.
  - Las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición del consumidor deben asegurar que éste tenga constancia de sus quejas y reclamaciones.
- La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.
  - La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
  - La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
  - La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.



#### 4. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

La presentación PowerPoint que se incluye en este material multimedia contiene los diferentes recursos que se proponen en este material didáctico multimedia. Con ellos se pueden abordar las diferentes acciones formativas que se han propuesto en el proyecto y todas aquellas que se puedan desarrollar con personas adultas en el ámbito temático que nos ocupa.

Para comenzar la actividad se puede visionar el vídeo que se incluye en el PowerPoint para iniciar un coloquio sobre el caso que en él se plantea. La persona que conduce la actividad puede aprovechar para dar a conocer o repasar las características del Arbitraje de Consumo, para lo cual será de utilidad el apartado de contenidos que se incluye en el DVD y la ficha 1 del profesorado.

Por otra parte, como actividades complementarias, en torno a este tema pueden desarrollarse otras actuaciones formativas. A continuación se plantean dos ejemplos:

##### ***Actividad 1: Vamos a actuar***

La finalidad de esta actividad es colocar a los participantes en la gestación, desarrollo y resolución de diferentes situaciones conflictivas, como forma de que aprendan a actuar de manera preventiva.

El mecanismo de la actividad que se propone es el siguiente:

- Tras visionar el vídeo (incluido en el PowerPoint) se organiza la clase en grupos y a cada uno se le entrega un caso de los que se plantean en la ficha 1 del alumnado. Incluyendo las alegaciones del consumidor y del empresario.
- Tras analizarlo y buscar información para resolverlo, prepararán una dramatización en la que se incluyan los siguientes actos:
  - El momento en el que se produce el conflicto.
  - El encuentro entre el consumidor y el empresario.
  - El momento en el que el consumidor presenta su caso ante la Junta Arbitral de Consumo.
  - Audiencias convocadas por el Colegio Arbitral constituido para conocer el caso.
  - El momento de emisión del laudo arbitral.



- Representar prácticamente la dramatización.
- Coloquio final y conclusiones. En este momento la persona que conduce la actividad debe aprovechar para dar a conocer a los participantes cuáles fueron los razonamientos de la Junta Arbitral en cada caso.

### **Actividad 2: Problemas y soluciones**

La finalidad de esta actividad es acercarse, de forma constructiva, a los problemas que pueden afectar a los consumidores en relación con los derechos que se citan al final del vídeo, con la intención de buscar soluciones. Para su desarrollo se propone el proceso siguiente:

- Organizar la clase en grupos y entregar a cada grupo la ficha 2 del alumnado.
- Cada grupo debe leer los derechos que asisten al consumidor (primera columna de la ficha) y tratar de identificar problemas que pueden vulnerar cada uno de ellos, enumerándolos (segunda columna)
- En este punto, la actividad puede continuar de dos formas distintas: que cada grupo busque solución a los problemas enumerados (tercera columna) o que se intercambien las fichas entre los grupos. Así, cada grupo buscará soluciones a los problemas enumerados por otros grupos.
- Al final se efectuará una puesta en común.

### **Actividad 3: Hojas de reclamaciones**

Para introducir la actividad, se proponen las siguientes preguntas al alumnado: ¿has tenido algún problema en un comercio?, ¿conoces a alguien que lo haya tenido?, ¿qué tipo de problema?, ¿crees que en algún momento deberías haber reclamado y no lo hiciste?, ¿por qué?

De entre todas las respuestas, escogeremos dos o tres como introducción al tema de las hojas de reclamaciones.

Antes de comenzar la actividad el profesorado debe tener preparadas fotocopias del modelo de hoja de reclamaciones que se utilizan en su Comunidad Autónoma.



Proceso de la actividad:

El profesorado, utilizando el material de apoyo, informará al alumnado acerca de los lugares en los que se puede encontrar información sobre este tema (Internet, folletos informativos, visitando a los organismos de consumo: OMIC, Asociación de Consumidores, etc.), lugares en los que pueden asesorar a los consumidores. Informará también sobre las formas de reclamar.

El alumnado debe buscar información sobre el tema o producto elegido y sobre los mecanismos de su Comunidad Autónoma para presentar una reclamación.

El profesorado entregará al alumnado fotocopias de una hoja de reclamaciones.

Cada alumno/a debe cumplimentar su hoja de reclamaciones individualmente y hacer una lista de posibles pruebas a aportar.

Una vez que cada miembro del grupo haya cumplimentado la hoja de reclamaciones, se hará una puesta en común para elegir la que todo el grupo considera que está mejor redactada y aporta más pruebas. Luego, se hará una puesta en común en gran grupo, viendo posibles errores, evaluando las alegaciones que han realizado y comprobando las pruebas que aportan.

## 5. FICHAS DIDÁCTICAS

### FICHA 1 DEL PROFESORADO:

#### Características esenciales del Sistema Arbitral de Consumo

CARACTERÍSTICAS	SIGNIFICADO
<b>VOLUNTARIEDAD</b>	Ni el consumidor ni el profesional o empresario reclamado están obligados a acudir al arbitraje para solucionar sus conflictos. Es una vía totalmente voluntaria para las dos partes. Tanto el profesional como el consumidor deberán plasmar por escrito su disposición a acudir al arbitraje. El carácter voluntario del arbitraje viene ya regulado en el art. 31 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
<b>GRATUIDAD</b>	Una de las principales ventajas que el sistema arbitral ofrece a los consumidores y a los empresarios o profesionales, es su carácter gratuito. Como veremos más adelante, existe una única excepción a esta característica: cuando alguna de las partes (el consumidor o el profesional/empresario) aporta un medio probatorio. En este caso, y sólo en éste, la parte que solicita la prueba será la que pague, en su caso, la puesta en práctica de la misma.
<b>RAPIDEZ Y SIMPLICIDAD</b>	El sistema arbitral no se compone de formalidades especiales que dificulten el desarrollo del proceso y que causen pérdidas de tiempo innecesarias.
<b>CARÁCTER VINCULANTE Y EJECUTIVO DE LA DECISION ARBITRAL</b>	Esta característica significa que la decisión que resulte del arbitraje (denominada, laudo arbitral) es de obligado cumplimiento para las dos partes implicadas (consumidor y profesional o empresario), además de que puede hacerse efectiva en cualquier momento. El laudo arbitral tendrá carácter vinculante y producirá efectos idénticos a cosa juzgada. Es decir, que la decisión arbitral tiene los mismos efectos que una sentencia judicial, es de obligado cumplimiento y tiene plena efectividad.



## **FICHA 1 DEL ALUMNADO:**

Se incluyen a continuación cuatro casos que han llegado a la Junta Arbitral de Consumo. Para cada uno de ellos se aportan las alegaciones del consumidor y del empresario.

### **Caso 1: LA FURGONETA**

#### *Alegaciones del consumidor*

Un consumidor acude con su furgoneta a un taller de reparación de vehículos para efectuar una serie de reparaciones. En el taller le dieron un presupuesto verbal de la reparación a efectuar, aunque el consumidor alega que no estuvo de acuerdo con el mismo. Al tratar de sacar la furgoneta del taller, el dueño del mismo le exige al consumidor un importe de 10 euros diarios en concepto de la estancia del vehículo en el local del taller de reparaciones.

El consumidor no está de acuerdo en el pago de esta cantidad en concepto de estancia y acude a la Junta Arbitral de consumo correspondiente ante la que solicita una indemnización de 30 euros en concepto de daños y perjuicios ocasionados por cada día de retención del vehículo.

#### *Alegaciones del empresario*

El taller reclamado alega que, una vez confeccionado el presupuesto, avisó al reclamante para que pasara a firmar el mismo y diera su conformidad para que se iniciara la reparación. El reclamante acude el mismo día por la tarde, mostrándose totalmente conforme con el presupuesto elaborado supuestamente por el empresario. Sin embargo, el consumidor, siempre según el empresario reclamado, no llegó a firmar el presupuesto – que figuraba por escrito -, por lo que no se procedió a la reparación del vehículo.

Según el Real Decreto 1457/86, que regula la actividad de los talleres de reparación de vehículos, el taller tiene derecho a cobrar gastos de estancia, al no pronunciarse el consumidor sobre la aceptación del presupuesto o la retirada del vehículo, en el plazo de tres días desde la confección del presupuesto, circunstancia de la que fue advertido el reclamante. El taller reclamado aporta, como prueba, el presupuesto de reparación del vehículo propiedad del reclamante.



## **Caso 2: EL RELOJ**

### *Alegaciones del consumidor*

Un consumidor compra un reloj en un establecimiento comercial. Una vez en su casa, el consumidor se da cuenta que la correa chapada en oro tenía dos tonos. El consumidor decide volver a la tienda para que le cambien el reloj o para que le devuelvan el dinero. El establecimiento se responsabilizó de limpiar la correa.

Después de cinco días el consumidor llama por teléfono a la tienda y ésta contesta que no se podía limpiar la correa y que, ante la ausencia de un modelo igual, le ofrecían la devolución del dinero. El consumidor solicita que el reloj sea reparado con la correa nueva.

### *Alegaciones del empresario*

El empresario alega que ni él ni el consumidor advirtieron, en el momento de la compra el fallo en los tonos de la correa. Asimismo, afirma que el consumidor, inicialmente, estaba dispuesto a recibir el dinero, cambiando posteriormente de opinión. Que la empresa en todo momento aceptó el fallo de la correa, intentando su arreglo y que, finalmente, ante la imposibilidad de la reparación y la ausencia de repuestos, ofreció la devolución del dinero de compra al cliente.

## **Caso 3: LA OPERACIÓN**

### *Alegaciones del consumidor*

Un consumidor ha suscrito una póliza por baja diaria, según baremo, contra el riesgo de incapacidad laboral transitoria, con una compañía de seguros. Un año y medio más tarde el consumidor se somete a una operación en el hospital, estando de baja un mes aproximadamente. El cuestionario de solicitud de seguro fue cumplimentado y firmado por un agente de la compañía de seguros, sin que el consumidor diera el visto bueno de lo que allí constaba.

La compañía de seguros se negó reiteradamente a otorgar al consumidor el subsidio correspondiente por la baja, alegando preexistencia de enfermedad. El consumidor considera esto último como no probado ni confirmado en el momento de suscribir la póliza y, en todo caso, alega que no había constancia de la gravedad de la enfermedad hasta que le fue diagnosticada dos años después de firmar la póliza. Por ello, el consumidor solicita que la aseguradora le abone la cantidad correspondiente a los días de baja, según el baremo establecido en la póliza, tal y como se suscribió en su día.



El consumidor aporta las condiciones particulares del seguro, el cuestionario – solicitud de la póliza, certificado del médico de cabecera, informe clínico de la hospitalización, carta remitida al director de la compañía de seguros e informe de la Organización de Consumidores y Usuarios.

#### *Alegaciones del empresario*

La compañía reclamada entiende que ha existido intencionalidad por parte del consumidor al tratarse de una enfermedad preexistente con anterioridad a la suscripción de la póliza. En el cuestionario previo a la póliza, el consumidor alegó que no era fumador, cuando en realidad, parece que sí lo era y el tabaquismo es una circunstancia determinante de la enfermedad contraída por el consumidor. No aporta documentos probatorios.

#### **Caso 4: LA TORTUGA**

##### *Alegaciones del consumidor*

Un consumidor compró una tortuga en un establecimiento de animales. Al día siguiente, el animal aparece muerto, con lo que acude al establecimiento exigiendo una satisfacción, que finalmente no se produce. El consumidor pide una tortuga idéntica o la devolución del importe de la adquisición realizada.

El reclamante aporta factura de compra y hoja de reclamaciones

##### *Alegaciones del empresario*

El empresario alega que no existe ningún tipo de garantía sobre la vida de un ser vivo, ya que no se le puede predecir una vida determinada, tal y como consta en los carteles del establecimiento. Además, alega que una vez que los animales salen del establecimiento, éstos pueden ser sometidos a tratos erróneos por el comprador. Finalmente, aduce que se ofreció al consumidor otra tortuga idéntica a un precio rebajado. Se aporta certificado de importación del animal, declaración sanitaria del veterinario inspector y documentación de importación.



## **FICHA 2 DEL PROFESORADO:**

Se incluyen a continuación los razonamientos dados por el colegio arbitral correspondiente, en cada uno de los casos planteados en la ficha 1 del alumnado

### **Caso 1: LA FURGONETA**

#### *Razonamiento del colegio arbitral*

El colegio arbitral alude al Real Decreto 1457/86, mencionado anteriormente. El artículo 15.2 del citado reglamento es el que regula el derecho del taller a cobrar gastos de estancia. Según el colegio arbitral, el derecho del taller al cobro en concepto de estancia tiene carácter excepcional. En el caso que nos ocupa, no concurre uno de los requisitos que se exigen en el citado artículo, puesto que sí existe pronunciamiento en plazo del consumidor sobre el presupuesto, según las alegaciones del reclamado. Ciertamente es que el usuario no llega nunca a firmar el presupuesto – sinónimo de aceptación del mismo -, pero no es menos cierto que el artículo citado no exige aceptación, sino pronunciamiento sobre la aceptación. El pronunciamiento se declara probado que ha existido por parte del consumidor, por lo que el colegio concluye que no existe derecho del taller a cobrar los gastos de estancia. Sin embargo, y atendiendo a la petición de indemnización del reclamante, el colegio afirma que el daño sufrido por éste queda compensado con su falta de pago por la elaboración del presupuesto - derecho del taller reconocido en el reglamento mencionado anteriormente - y de la utilización gratuita durante más de cinco meses del local del reclamado como lugar de guarda y custodia del vehículo. El Colegio considera que el importe debido al reclamante en concepto de daños y perjuicios coincide exactamente con el que adeuda al reclamado en concepto de confección de presupuesto.

El Colegio concluye que el taller debe permitir al reclamante la retirada del vehículo sin que quepa exigir por parte del taller importe alguno.

### **Caso 2: EL RELOJ**

#### *Razonamiento del colegio arbitral*

El colegio recurre al artículo 11.3 de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios en el que se prevé que, cuando el producto sea defectuoso dentro del período de garantía, procederá la reparación del mismo. Si ésta no fuera satisfactoria, procede bien la



sustitución del objeto adquirido por otro de idénticas características, bien la devolución del precio pagado. Por lo tanto, queda claro que la empresa reclamada ha cumplido las prescripciones legales en materia de garantía. Así, siendo imposible la reparación, ofrece al cliente la devolución del importe del reloj, con lo que cumple plenamente con el artículo mencionado.

Se desestima la pretensión del consumidor y se acuerda la devolución del importe de la compra al consumidor.

### **Caso 3: LA OPERACIÓN**

#### *Razonamiento del colegio arbitral*

El colegio alega el artículo 10 de la Ley del Contrato de Seguro que dispone que el tomador del seguro tiene el deber, antes de la conclusión del contrato, de declarar al asegurador, de acuerdo con el cuestionario que éste le someta, todas las circunstancias que él conozca que puedan influir en la valoración del riesgo.

El colegio afirma que, en el caso que nos ocupa, ha quedado suficientemente acreditado que el reclamante no rellenó de su puño y letra las contestaciones al cuestionario, no perteneciendo al mismo la firma que obra en dicho formulario. Por lo tanto, no se puede llegar a la conclusión de que el tomador incumplió su deber de responder verazmente a todas las preguntas relacionadas con las circunstancias que pudieran influir en la valoración del riesgo. Además, la aseguradora no practicó un reconocimiento médico riguroso, pues el capital asegurado le pareció poco importante, con lo que su conducta no fue todo lo diligente que debiera.

Además queda acreditado que la primera manifestación de la enfermedad y el primer diagnóstico realizado se produce por primera vez un año y medio después de haberse suscrito la póliza, tal y como consta en los informes médicos aportados por el reclamante.

Por todo ello, el colegio concluye con la estimación de la reclamación del consumidor y ordena a la compañía aseguradora el pago de la cantidad correspondiente a los días de baja, de acuerdo a la póliza suscrita.



#### **Caso 4: LA TORTUGA**

##### *Razonamiento del colegio arbitral*

El reclamante no ha probado que la muerte del animal sea imputable al reclamado. Sin embargo, éste sí aporta documento en el que se prueba que la partida de animales en los que se incluía la tortuga entró en territorio español en perfectas condiciones de salud. Por lo tanto, la muerte del animal ha podido producirse por cualquier causa, bien imputable al comprador, bien como consecuencia de un caso fortuito. Además el establecimiento vendedor de la tortuga ha actuado de buena fe ofreciendo otra tortuga al reclamante por un precio sensiblemente inferior al que se pagó por la tortuga muerta.

El colegio concluye rechazando la reclamación del consumidor.



## FICHA 2 DEL ALUMNADO

Identificar algunos problemas que pueden afectar a los derechos que asisten al consumidor, enunciando también las posibles soluciones.

<b>DERECHOS</b>	<b>PROBLEMAS</b>	<b>SOLUCIONES</b>
Protección a la Salud y Seguridad		
Protección de los intereses económicos y sociales.		
Información correcta al adquirir un bien, producto o servicio.		
Reparación por daños y perjuicios sufridos.		
Educación y formación en materia de consumo.		
Representación, consulta y participación (a través de las Asociaciones de Consumidores).		
Protección en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.		

Conclusiones: