

A FORZA DOS TEUS DEREITOS

NORMATIVA APLICABLE



**PORTAL DE
TRANSPARENCIA**
Professional Direct Sales

ÍNDICE

3	INTRODUCCIÓN
3	1.-NORMATIVA DE MÁXIMO NIVEL
4	2.-NORMATIVA EUROPEA: A CONFIGURACIÓN DOS TEUS DEREITOS
4	2.1-DIRECTIVA 93/13/CEE do Consello, do 5 de abril de 1993
7	2.2- DIRECTIVA (UE) 2023/2025 do Parlamento Europeo e do Consello, do 18 de outubro de 2023, sobre os contratos de crédito ao consumo.
7	2.3-PROPOSTA DE NOVA DIRECTIVA SOBRE RESPONSABILIDADE POR PRODUTOS DEFECTUOSOS
7	2.4-A PROTECCIÓN DOS TEUS DATOS PERSOAIS E O NOVO MARCO EUROPEO
8	3. -NORMATIVA NACIONAL

A FORZA DOS TEUS DEREITOS - NORMATIVA APLICABLE

INTRODUCCIÓN

O sistema de contratación dos nosos produtos baséase nunha transparencia real, é dicir, <<na túa confianza>> para adquirir o produto que escolliches dun xeito directo, comprensible e accesible.

Para iso, o **Protocolo de Transparencia** informoute previamente deste proceso de venda desde a perspectiva central dos <<teus dereitos básicos como cliente>>.

Pois ben, neste apartado atoparás información complementaria moi importante, xa que che explicamos <<de onde xorden os teus dereitos básicos>>, é dicir, a normativa que os recoñece, regula e garante.

Para a túa mellor comprensión, esta normativa expónse dun <<modo plenamente sistematizado e seleccionado>>, tanto atendendo á orixe da normativa (europea ou nacional), como ao nivel de protección esixido, incluíndo ademais unha selecta recompilación da xurisprudencia máis relevante da configuración dos teus dereitos. **Todo iso, co compromiso de actualizar permanentemente a información e os criterios de selección que che ofrecemos.**

En definitiva, un apartado que contribúe á <<cultura da transparencia>> como forma de coñecer e comprender mellor os aspectos básicos que determinan os teus dereitos.

A continuación, presentámosche un elenco seleccionado dos principais textos normativos que debes ter en conta na túa posición de consumidor.

Lembra, en calquera caso, o Protocolo de Transparencia tamén serve como guía no correcto tratamento e aplicación dos teus dereitos.

1.-NORMATIVA DE MÁXIMO NIVEL

O máximo recoñecemento dos teus dereitos, é dicir, co maior rango normativo, está incluído no artigo 38 da Carta de Dereitos Fundamentais da Unión Europea e no artigo 51 da Constitución Española.

Na citada Carta dispónse que as políticas da Unión Europea <<deben garantir un nivel elevado de protección dos consumidores>>. No artigo 51 da Constitución, dentro dos principios reitores da política social e económica, subliña que os poderes públicos deben garantir os dereitos dos consumidores. <<mediante procedementos eficaces>> que, entre outras áreas de aplicación, se proxectan na <<defensa dos seus lexítimos intereses económicos e o seu dereito á información>>.

O **Protocolo de Transparencia** responde tanto á esixencia deste elevado nivel de protección, como a un instrumento eficaz en favor da mellor información dos teus dereitos.

2.-NORMATIVA EUROPEA: A CONFIGURACIÓN DOS TEUS DEREITOS

España é un país membro da Unión Europea, polo que a configuración dos teus dereitos actuais vén da man, primordialmente, das <<Directivas e Regulamentos Europeos>>.

Os textos máis relevantes a ter en conta son os seguintes.

2.1-DIRECTIVA 93/13/CEE do Consello, do 5 de abril de 1993 (o marco básico)

É un texto fundamental para a protección dos teus dereitos como consumidor. Do marco de aplicación dos seus <<Artigos 3, 4 e 5>>, a xurisprudencia do Tribunal de Xustiza da Unión Europea (TXUE) construíu toda a <<Sistema vixente de control da abusividade nas condicións xerais>>, xa sexa por falta de transparencia (comprensibilidade do contrato), ou polo desequilibrio contractual derivado das condicións xerais.

Como información seleccionada, debes ter en conta a seguinte.

- No ámbito de aplicación desta Directiva, segundo o propio Comunicado da Comisión Europea (2019/C323/04), a xurisprudencia do TXUE esixe a aplicación dun <<transparencia substancial na información precontractual>>, nos seguintes termos:

<<[...] O Tribunal baseouse no artigo 4, apartado 2, e o artigo 5, referíndose ás veces tamén ao considerando 20 e ao anexo da Directiva 93/13/CEE, en particular ao punto 1, letras i) e j), para definir as normas de transparencia, incluídos os requisitos de información, que van máis alá dos aspectos mencionados anteriormente. A este respecto, o Tribunal tamén uo termo «requisito de transparencia substantiva» (176). Segundo o Tribunal, a transparencia require que as cláusulas contractuais sexan máis que intelixibles formal e gramaticalmente e implica que os consumidores deban poder avaliar as consecuencias económicas dunha cláusula ou un contrato (177): «44. En canto ao requisito de transparencia das cláusulas contractuais, tal como se establece no artigo 4(2) da Directiva 93/13/CEE, o Tribunal de Xustiza sostivo que este requisito, tamén recollido no artigo 5 da referida Directiva, non se pode reducir unicamente ao feito de que sexan comprensibles a nivel formal e gramatical, senón, pola contra, dado que o sistema de protección establecido pola devandita Directiva se basea na idea de que o consumidor se atopa nunha posición de inferioridade respecto do profesional no que respecta, en particular, ao nivel de información, este requisito de que as cláusulas contractuais estean redactadas de forma clara e comprensible, e polo tanto transparentes, debe interpretarse de xeito amplo [...]» (178). «45. En consecuencia, a esixencia de que unha cláusula contractual debe estar redactada de maneira clara e comprensible debe entenderse tamén como unha obriga do contrato de establecer de maneira transparente o funcionamento específico do mecanismo ao que se refire a cláusula en cuestión e, se é o caso, a relación entre ese mecanismo e o prescrito por outras cláusulas, de xeito que o consumidor afectado poida avaliar, sobre a base de criterios precisos e intelixibles, as consecuencias económicas que se derivarán para el [...] (179)».

Esta ampla interpretación da transparencia implica que os profesionais deben proporcionarlle información clara aos consumidores sobre as cláusulas do contrato e as súas implicacións/consecuencias antes da celebración do contrato. O Tribunal salientou repetidamente a importancia desta información para que os consumidores poidan comprender o alcance dos seus dereitos e obrigas en virtude do contrato antes de estar suxeitos a este. O Tribunal (180) declarou que «[...] é xurisprudencia reiterada do Tribunal de Xustiza que reviste unha importancia fundamental para o consumidor dispoñer, antes da celebración dun contrato, de información sobre as condicións contractuais e as consecuencias de dita celebración. O consumidor decide se desexa quedar vinculado polas condicións redactadas de antemán polo profesional baseándose principalmente nesa información [...] (181)>».

Neste contexto, son de obrigada lectura as seguintes SSTXUE:

- i. STXUE do 21 de decembro de 2016, asunto C-154/15 e outros (puntos 48 e 49)
- ii. STXUE do 20 de setembro de 2017, asunto C-186/16 (parágrafos 44, 45 e 46)

- No ámbito da xurisprudencia española, e en liña con esta esixencia de transparencia substancial, as seguintes sentenzas do Tribunal Supremo son paradigmáticas.

- i. STS 464/2014, do 8 de setembro (fundamento de dereito segundo, apartados 6, 7 e 8):

<< [...] **6. Caracterización do control de transparencia.** No marco do específico e diferenciado presuposto causal e réxime de eficacia que informa o fenómeno das condicións xerais da contratación, anteriormente sinalado, o control de transparencia, como proxección nuclear do principio de transparencia real na contratación seriada e, por extensión, no desenvolvemento xeral do control de inclusión, (artigo 5 da Directiva 93/13, artigos 5.5 e 7.b da LCGC e artigo 80.1 a TR-LGDCU) caracterízase como un control de legalidade co fin de verificar, principalmente, que a cláusula contractual predisposta se refire directamente á comprensibilidade real, non formal, dos aspectos básicos do contrato no marco da normativa predisposta, de xeito que o consumidor e usuario coñeza e comprenda as consecuencias xurídicas que, de acordo co produto ou servizo ofrecido, corren ao seu cargo, tanto respecto da onerosidade ou sacrificio patrimonial que o contrato celebrado realmente supón para o consumidor, como da posición xurídica que realmente asume nos aspectos dereitos básicos derivados do obxecto e execución do contrato , STS do 26 de maio de 2014 (núm. 86/2014).

7. Fundamento. De acordo coa caracterización anterior, cómpre sinalar que, no ámbito do Dereito Contractual, particularmente neste tipo de contratación, o control de transparencia responde a un deber contractual previo e especial de transparencia por parte da parte predisponente, que debe reflectirse na real comprensibilidade dos aspectos básicos do contrato que regulan as condicións xerais. Fiel á natureza e función deste fenómeno, como ao seu peculiar presuposto causal e réxime de eficacia, o control de transparencia proxéctase de forma obxectiva sobre o cumprimento por parte da parte predisponente deste especial deber de real comprensibilidade no transcurso da oferta comercial e a súa correspondente regulación seriada. Enténdese, deste xeito, que este control de legalidade ou idoneidade establecido para este fin, fóra do

paradigma do contrato por negociación e, polo tanto, do plano derivado dos vicios do contrato, non ten como obxectivo o xuízo da validez do consentimento outorgado, nin o plano interpretativo do mesmo, irrelevante tanto para a validez como para a eficacia do fenómeno, considerado en si mesmo,

como para a aplicación do referido control senón, nun sentido diferente, a materialización ou cumprimento deste deber de transparencia na propia regulamentación predisposta; SSTXUE do 21 de febreiro de 2013, C427/11 e do 14 de marzo de 2013, C-415/11, así como STS do 26 de maio de 2014 (núm. 86/2014). Extremo ou axuízamento que, como xa se sinalou, nin exclúe nin suple a mera «transparencia formal ou documental» sectorialmente prevista para efectos da validez e licitude do emprego da meritada cláusula na contratación seriada.

8. Alcance. De acordo co razoamento anterior, débese concluír que o control da transparencia, como parte integrante do control xeral de abusividade, non pode ser reconducido nin asimilado a un mero criterio ou contraste interpretativo sobre a claridade ou intelixencia gramatical da formulación utilizada, xa sexa na consideración xeral ou sectorial desta, **senón que require un axuízamento interno propio da normativa predisposta para os efectos de contrastar a inclusión de criterios precisos e comprensibles co fin de que o consumidor e usuario poida avaliar directamente as consecuencias económicas e xurídicas que se deriven principalmente da regulamentación contractual ofertada.** Este é o alcance que, en plena harmonía coa doutrina xurisprudencial exposta por esta Sala, considera, para estes efectos, a recente Sentenza do Tribunal de Xustiza da Unión Europea, do 30 de abril de 2014, C-26/13, que declara, entre outras cousas, que: «O artigo 4, parágrafo 2, da Directiva 93/13 debe interpretarse no sentido de que, en relación cunha cláusula contractual como a discutida no asunto principal, o requisito de que unha cláusula contractual debe estar redactada de maneira clara e comprensible debe entenderse como unha obriga non só de que a cláusula en cuestión sexa clara e gramaticalmente comprensible para o consumidor, senón tamén de que o contrato debe explicar con claridade o funcionamento específico do mecanismo de conversión de moeda estranxeira ao que se refire a cláusula en cuestión, así como a relación entre ese mecanismo e o prescrito por outras cláusulas relativas á prestación do préstamo, de xeito que o consumidor poida avaliar, con base en criterios precisos e comprensibles, as consecuencias económicas derivadas del».

ii) S TS 247/2019, do 6 de maio (fundamento de dereito segundo, apartado 3):

<< [...] 3. O motivo debe ser desestimado. Segundo a xurisprudencia desta Sala e do TXUE, entre outras SSTS 241/2013, do 9 de maio, 464/2014, do 8 de outubro, 593/2017, do 7 de novembro e 705/2015, do 23 de decembro e as SSTXUE do 30 de abril de 2014 (caso Kásler), do 21 de decembro de 2016 (caso Gutiérrez Naranjo) e do 20 de setembro de 2017 (caso Ruxandra Paula Andricius e outros), **o deber de transparencia implica que o consumidor teña acceso a información comprensible, «antes da celebración do contrato», sobre as condicións contratadas e as consecuencias da devandita celebración.** Así, o control da transparencia ten como obxectivo que o adherente poida comprender facilmente tanto a carga financeira que realmente supón o contrato celebrado, é dicir, o sacrificio patrimonial realizado a cambio do beneficio económico que desexa obter, como a carga xurídica deste, é dicir, a definición clara da súa posición xurídica tanto nos elementos típicos que conforman o contrato celebrado como na asignación dos riscos do seu desenvolvemento. Respecto das condicións xerais que versan sobre elementos esenciais do contrato esíxese unha información suficiente que poida permitir ao consumidor adoptar a súa decisión de contratar con pleno coñecemento da carga económica e xurídica que lle supoñerá

concertar o contrato, sen necesidade de realizar unha análise minuciosa e pormenorizada do contrato. Isto exclúe que poida agravarse a carga económica que o contrato supón para o consumidor, tal e como este a percibira, mediante a inclusión dunha condición xeral que supere os requisitos de incorporación, pero cuxa transcendencia xurídica ou económica pase inadvertida ao consumidor porque

dáselles un tratamento secundario inadecuado e non se lle proporciona ao consumidor información clara e adecuada sobre as consecuencias xurídicas e económicas desta cláusula na caracterización e execución do contrato.

A información precontractual é a que permite realmente comparar ofertas e adoptar a decisión de contratar. Non se pode realizar unha comparación ben fundamentada entre as diferentes ofertas se, no momento de realizar a comparación, o consumidor non pode ter coñecemento real da importancia económica e xurídica de ningún dos contratos que se comparan porque non puido comprender o que significa unha cláusula específica, que afecta un elemento esencial do contrato, en relación coas demais, e as repercusións que tal cláusula pode ter no desenvolvemento do contrato. O diferencial respecto do índice de referencia, e a TAE, que é a información en principio determinante sobre o prezo do produto coa que o consumidor realiza a comparación entre as distintas ofertas e decide contratar unha en concreto, perde boa parte da súa transcendencia se existe un chan por debaixo do cal o xuro non pode baixar. Por tanto, é preciso que na información precontractual se informe sobre a existencia dese chan e a súa incidencia no prezo do contrato, con claridade e dándolle o tratamento principal que merece>>.

2.2-Directiva (UE) 2023/2025 do Parlamento Europeo e do Consello, do 18 de outubro de 2023, sobre os contratos de crédito ao consumo.

Aínda que esta Directiva non é directamente aplicable ás vendas con pagamento aprazado; no noso caso, porén, é a Directiva máis recente <<que regula todos os elementos que conforman a información precontractual e os dereitos básicos que che asisten como consumidor>>. De aí, o seu interese (consúltaa).

2.3 -PROPOSTA DE NOVA DIRECTIVA SOBRE RESPONSABILIDADE POR PRODUTOS DEFECTUOSOS (aprobada polo Parlamento Europeo, o 12 de marzo de 2024)

A nova Directiva sobre a responsabilidade polos danos derivados de produtos defectuosos, que aínda non está en vigor (xa que precisa a aprobación definitiva polo Consello), constitúe un texto moi avanzado na protección dos seus dereitos que sen dúbida debería ter en conta, dado que podería entrar en vigor en breve.

Iso obrigará a adaptar a nosa lexislación nacional nesta materia en cuestións tan importantes como facilitar a carga da proba, ampliar os prazos de responsabilidade (garantía de produtos), garantir a responsabilidade nos casos de produtos e servizos extracomunitarios, etc.

Todas estas modificacións futuras ou próximas recolleranse e sistematizaranse no Protocolo de Transparencia, que Te informará de maneira precisa e comprensible.

2.4-A PROTECCIÓN DOS TEUS DATOS PERSOAIS E O NOVO MARCO EUROPEO

Como che indicamos no [Protocolo de Transparencia](#), a protección dos teus datos persoais no proceso de comercialización é unha cuestión de suma importancia para os teus dereitos como cliente.

Agora debes saber que a Unión Europea desenvolveu un marco regulatorio totalmente novo

que avanza nesta dirección: <<**todo un verdadeiro impulso**>>.

Este marco está composto por 4 instrumentos básicos:

- i) Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeo e do Consello, do 27 de abril de 2016, sobre o tratamento de datos persoais e a libre circulación (RGPD).
- ii) Regulamento (UE) 2018/1807 do Parlamento Europeo e do Consello, do 14 de novembro de 2018, relativo á libre circulación de datos non persoais dentro da Unión Europea.
- iii) Regulamento (UE) 2022/868 do Parlamento Europeo e do Consello, do 30 de maio de 2022, sobre a gobernanza europea de datos.
- iv) Regulamento (UE) 2023/2854 do Parlamento Europeo e do Consello, do 13 de decembro de 2023, sobre acceso xusto aos datos e o seu uso (Data Act).

Todo un novo marco que xa conta con importante xurisprudencia do TXUE, como o caso do TXUE do 7 de marzo de 2023, asunto C-634/21, relativo a expedientes de insolvencia, e da TXUE do 14 de decembro de 2023, Asunto C-340/21, relativo á responsabilidade civil en materia de «violacións da seguridade dos datos».

3.-NORMATIVA NACIONAL (SELECCIONADA)

O principal texto normativo de ámbito nacional que resulta aplicable á nosa contratación está recollido no Real Decreto Legislativo 1/2007, do 16 de novembro, relativo ao Texto Refundido da Lei Xeral para a Defensa dos Consumidores e Usuarios.

- Con carácter xeral, débese resaltar o seguinte artigo do devandito texto:

Artigo 8. Dereitos básicos dos consumidores e usuarios.

1. Son dereitos básicos dos consumidores e usuarios e das persoas consumidoras vulnerables:

- a) A protección contra os riscos que poidan afectar a súa saúde ou seguridade.
- b) A protección dos seus lexítimos intereses económicos e sociais; en particular fronte ás prácticas comerciais desleais e a inclusión de cláusulas abusivas nos contratos.
- c) A indemnización dos danos e a reparación dos prexuízos sufridos.
- d) Información precisa sobre diferentes bens e servizos en formatos que garantan a súa accesibilidade, xunto coa educación e a difusión para facilitar o coñecemento sobre o seu axeitado uso, consumo e desfrute, así como a toma de decisións óptimas para os seus intereses.
- e) A audiencia en consulta, a participación no procedemento de redacción das disposicións xerais que os afecten directamente e a representación dos seus intereses, a través de asociacións, agrupacións, federacións ou confederacións de consumidores e usuarios legalmente constituídas.
- f) A protección dos seus dereitos mediante procedementos eficaces, especialmente en relación cos consumidores vulnerables.

2. Prestaráselles especial atención aos dereitos das persoas consumidoras vulnerables, o que se reflectirá na normativa e na normativa sectorial aplicable en cada caso. Os poderes públicos promoverán políticas e accións dirixidas a garantir os seus dereitos en condicións de igualdade, segundo a súa específica situación de vulnerabilidade, procurando evitar, en todo caso, trámites que poidan dificultar o seu exercicio.

Artigo 20. Información necesaria na oferta comercial de bens e servizos.

1. As prácticas comerciais que, de maneira axeitada ao medio utilizado, inclúan información sobre as características do ben ou servizo e o seu prezo, permitindo ao consumidor ou usuario tomar unha decisión sobre o contrato, e sempre que non se poida deducir claramente do contexto, deberán conter, como mínimo, a seguinte información:

a) Nome, razón social e enderezo completo do empresario responsable da oferta comercial e, se é o caso, nome, razón social e enderezo completo do empresario en nome do cal actúa o empresario.

b) As características esenciais do ben ou servizo dun xeito axeitado á súa natureza e aos medios de comunicación empregados.

c) O prezo final total, incluídos os impostos, detallando, se é o caso, o importe de calquera aumento ou desconto aplicable á oferta e calquera custo adicional repercutido no consumidor ou usuario.

En todos os demais casos nos que, debido á natureza do ben ou servizo, o prezo non se poida determinar con precisión na oferta comercial, deberase proporcionar unha base de cálculo que lle permita ao consumidor ou usuario verificar o prezo. Do mesmo xeito, cando os custos adicionais repercutidos sobre o consumidor ou usuario non se poidan calcular con antelación por razóns obxectivas, o consumidor debe ser informado da existencia deses custos adicionais e, se se coñece, da súa contía estimada.

d) Procedementos de pagamento e prazos de entrega e execución de contratos, cando se desvíen dos requisitos de dilixencia profesional, é dicir, o nivel de competencia e coidados especiais que se pode esperar dunha empresa de acordo coas prácticas leais de mercado.

e) No seu caso, existencia do dereito de desistencia.

f) No caso de bens e servizos ofrecidos en mercados en liña, se o terceiro que ofrece os bens ou servizos é unha empresa ou non, segundo a súa declaración ao provedor do mercado en liña.

2. Para os efectos do cumprimento do disposto no apartado anterior e sen prexuízo da normativa sectorial que sexa de aplicación, a información necesaria que se debe incluír na oferta comercial deberá ser facilitada aos consumidores ou usuarios, especialmente no caso de consumidores vulnerables, en termos claros, comprensibles, veraces e nun formato que garanta a accesibilidade, de maneira que se asegure unha comprensión axeitada e permita a toma de decisións óptima para os seus intereses.

3. As prácticas comerciais consistentes en ofrecerlles aos consumidores e usuarios a posibilidade de buscaren bens e servizos ofrecidos por diferentes empresarios ou consumidores e usuarios baseándose nunha consulta en forma de palabra clave, expresión ou outro tipo de entrada, independentemente de onde se realicen finalmente as transaccións, deberán conter, nunha sección específica da interface en liña que sexa doada e directamente accesible desde a páxina na que se presentan os resultados da busca, a seguinte información:

a) Información xeral relativa aos principais parámetros que determinan a clasificación dos bens e servizos que se lle presentan ao consumidor e usuario como resultado da busca.

b) A importancia relativa destes parámetros fronte a outros.

Esta sección non se lles aplicará aos provedores de motores de busca en liña tal como se definen no artigo 2(6) do Regulamento (UE) 2019/1150 do Parlamento Europeo e do Consello, do 20 de xuño de 2019, relativo á promoción da xustiza e a transparencia para os usuarios profesionais de servizos de intermediación en liña.

4. As prácticas comerciais nas que unha empresa proporciona acceso a opinións de consumidores e usuarios sobre bens e servizos deben conter información sobre se a empresa garante que as opinións publicadas foron feitas por consumidores e usuarios que realmente usaron ou compraron o ben ou servizo. Para este fin, o propietario do negocio debe proporcionarlles aos consumidores e usuarios información clara sobre como se procesan os comentarios.

5. A carga da proba relativa ao cumprimento dos requisitos de información establecidos neste artigo recaerá no empresario.

6. O incumprimento do disposto nos apartados anteriores considerarase unha práctica desleal por engano no sentido do artigo 7 da Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal.

Artigo 21. Réxime de comprobación e servizos de atención ao cliente.

1. O réxime de comprobación, reclamación, garantía e posibilidade de renuncia ou devolución que se estableza nos contratos deberá permitir que o consumidor e usuario se asegure da natureza, características, condicións e utilidade ou finalidade do ben ou servizo; poida reclamar eficazmente en caso de erro, defecto ou deterioración; poida facer efectivas as garantías de calidade ou nivel de prestación ofrecidos e obteña a devolución equitativa do prezo de mercado do ben ou servizo, total ou parcialmente, en caso de incumprimento ou cumprimento defectuoso.

O reembolso do prezo do produto deberá ser completo no caso de incumprimento do produto co contrato, nos termos previstos no Título V do Libro II.

2. As oficinas e os servizos de información e atención ao cliente que as empresas poñan á disposición dos consumidores e usuarios deberán garantir que estes estean informados das súas queixas e reclamacións mediante a súa identificación e a súa proba escrita, xa sexa en papel ou en calquera outro soporte duradeiro. Se tales servizos empregan asistencia telefónica ou electrónica para levar a cabo as súas funcións, deben garantir

unha atención directa e persoal, máis alá da posibilidade de empregar adicionalmente outros medios técnicos ao seu dispor.

As oficinas e os servizos de información e atención ao cliente deseñaranse utilizando medios e soportes que sigan os principios de accesibilidade universal e, se é o caso, medios alternativos para garantir o acceso a eles.

Os departamentos de atención ao cliente deben estar claramente identificados en relación coas outras actividades da empresa, e prohibese expresamente o uso deste servizo para o uso e a difusión de actividades de comunicación comercial de calquera tipo.

Se o empresario pon unha liña telefónica á disposición dos consumidores e usuarios co fin de que se comuniquen con eles en relación co contrato celebrado, o uso de dita liña non poderá supoñer un custo para o consumidor e usuario superior ao custo dunha chamada a unha liña telefónica fixa xeográfica ou móbil estándar.

No caso de que, de acordo co parágrafo anterior, se utilice unha liña telefónica de tarifa especial que supoña un custo para o consumidor ou usuario, o empresario facilitaralle ao consumidor, xunto con información sobre a devandita liña telefónica de tarifa especial e en igualdade de condicións, información sobre un número xeográfico ou móbil alternativo.

Non obstante o anterior, no caso de servizos básicos de interese xeral, as empresas que presten estes servizos deberán, en todo caso, dispor dun teléfono gratuito de atención ao cliente. Para estes efectos, consideraranse servizos de carácter básico de interese xeral os de auga, gas, electricidade, servizos financeiros e de seguros, servizos postais, transporte aéreo, ferroviario e por estrada, protección da saúde, saneamento e xestión de residuos, así como calquera outro servizo determinado legalmente.

3. *En calquera caso, e con pleno respecto ao disposto nos apartados anteriores, as empresas porán á disposición dos consumidores e usuarios información sobre o enderezo postal, número de teléfono, número de fax, se é o caso, e enderezo de correo electrónico onde os consumidores e usuarios, independentemente do seu lugar de residencia, poidan presentar queixas e reclamacións ou solicitar información sobre os bens ou servizos ofrecidos ou contratados. Os empresarios comunicarán, ademais, o seu enderezo legal se esta non coincidise co enderezo habitual para a correspondencia. Os empresarios deberán darlle resposta ás queixas recibidas no prazo máis breve posible e, en calquera caso, nun prazo máximo dun mes desde a data de presentación da queixa.*

4. *No suposto de que o empresario non resolverse satisfactoriamente unha reclamación presentada directamente ante este por un consumidor, este poderá recorrer a unha entidade de resolución alternativa de litixios notificada á Comisión Europea, de acordo co disposto na lei que incorpora ao ordenamento xurídico español a Directiva 2013/11/UE do Parlamento Europeo e do Consello, do 21 de maio de 2013, relativa á resolución alternativa de litixios en materia de consumo.*

As empresas facilitarán o acceso a este tipo de entidades, proporcionándolle aos consumidores a información requirida polo artigo 41 da lei.

Artigo 60. Información previa ao contrato.

1. Antes de que o consumidor e usuario quede vinculado por un contrato e a correspondente oferta, o empresario deberá proporcionarlle información relevante, veraz e suficiente sobre as principais características do contrato, en particular as súas condicións xurídicas e económicas, dun xeito claro, comprensible e accesible.

Sen prexuízo da normativa sectorial aplicable, os termos nos que se facilite a devandita información, en particular cando se trate de consumidores vulnerables, deberán ser claros, comprensibles, veraces e suficientes, e deberán facilitarse nun formato facilmente accesible, garantindo, se é o caso, a asistencia necesaria para garantir a súa correcta comprensión e permitir a toma de decisións óptima para os seus intereses.

2. Serán relevantes as obrigas de información sobre bens ou servizos establecidas nesta norma e en calquera outra normativa aplicable, así como:

a) As principais características dos bens ou servizos, na medida axeitada ao soporte empregado e aos bens e servizos.

b) A identidade do empresario, incluíndo os datos do nome da empresa, a razón social, o enderezo completo e o número de teléfono e, se é o caso, o empresario en nome do cal actúa.

c) O prezo total, incluíndo todos os impostos e taxas. Se pola natureza dos bens ou servizos o prezo non se pode calcular razoablemente por adiantado ou está suxeito á elaboración dun orzamento, a forma en que se determina o prezo, así como todos os gastos adicionais de transporte, entrega ou postais, ou, se tales gastos non se poden calcular razoablemente por adiantado, o feito de que poida ser necesario pagar tales gastos adicionais.

En toda a información que se lles facilite aos consumidores e usuarios sobre o prezo dos bens ou servizos, incluída a publicidade, debe indicarse o prezo total, incluíndo, se é o caso, o importe de calquera aumento ou desconto aplicable, os custos repercutidos sobre o consumidor e usuario e calquera custo adicional por servizos accesorios, financiamento, utilización de diferentes métodos de pagamento ou outras condicións de pagamento similares.

d) Os procedementos de pagamento, entrega e execución, a data na que o empresario se compromete a entregar a mercadoría ou realizar a prestación do servizo.

e) Ademais do recordatorio da existencia dunha garantía legal de conformidade para bens, contidos dixitais e servizos dixitais, a existencia e as condicións dos servizos posvenda e as garantías comerciais.

f) A duración do contrato ou, se o contrato é de duración indefinida ou se prorroga automaticamente, as condicións de resolución. Ademais, debe facerse constar expresamente calquera compromiso de manter ou utilizar en exclusiva os servizos dun determinado prestador, así como as penalizacións en caso de rescisión da prestación do servizo.

g) A lingua ou linguas nas que se poderá formalizar o contrato, agás que sexa a lingua na que se facilite a información precontractual.

- h) A existencia do dereito de desistencia que poida corresponderlle ao consumidor e usuario, o prazo e a forma en que se pode exercer.*
 - i) A funcionalidade dos bens con elementos dixitais, o contido dixital e servizos dixitais, incluídas as medidas de protección técnica aplicables, como, entre outras, a protección mediante a xestión de dereitos dixitais ou a codificación rexional.*
 - j) Toda a compatibilidade e interoperabilidade relevante dos bens con elementos dixitais, contido dixital e servizos dixitais coñecidos polo empresario ou que se poida esperar razoablemente que sexan coñecidos, como, entre outros, o sistema operativo, a versión necesaria ou certos elementos do soporte físico.*
 - k) O procedemento para a tramitación das reclamacións dos consumidores e usuarios, así como, se é o caso, a información sobre o sistema extraxudicial de resolución de conflitos previsto no artigo 21.4.*
- 3. O artigo 1 aplicaráselles tamén aos contratos de subministración de auga, gas ou electricidade, cando non estean envasados para a súa venda nun volume limitado ou en cantidades específicas, de calefacción a través de sistemas urbanos e de contidos dixitais que non se faciliten en soporte físico.*
- 4. A información precontractual debe serlle facilitada ao consumidor e usuario de forma gratuíta e, polo menos, en castelán e, se é o caso, por solicitude de calquera das partes, debe estar redactada tamén en calquera das outras linguas oficiais do lugar onde se celebre o contrato.*
- 5. A carga da proba relativa ao cumprimento dos requisitos de información establecidos neste artigo recaerá no empresario.*

Artigo 82. Concepto de cláusulas abusivas.

- 1. Terán a consideración de cláusulas abusivas todas as estipulacións non negociadas individualmente e todas as prácticas non consentidas expresamente que, contrarias ás esixencias da boa fe, causen, en prexuízo do consumidor e usuario, un desequilibrio significativo nos dereitos e obrigas das partes derivados do contrato.*
- 2. O feito de que certos elementos dunha cláusula ou dunha cláusula individual fosen negociados individualmente non impedirá a aplicación das normas sobre cláusulas abusivas ao resto do contrato.*

O empresario que alegue que unha cláusula particular foi negociada individualmente asumirá a carga da proba.

- 3. O carácter abusivo dunha cláusula avaliarase tendo en conta a natureza dos bens ou servizos obxecto do contrato e todas as circunstancias concorrentes no momento da súa execución, así como todas as demais cláusulas do contrato ou calquera outra cláusula da que dependa.*

4. Non obstante o disposto nos parágrafos anteriores, en todo caso son abusivas as cláusulas que, conforme o disposto nos artigos 85 a 90, ambos inclusive:

- a) vinculen o contrato á vontade do empresario,
- b) limiten os dereitos do consumidor e usuario,
- c) determinen a falta de reciprocidade no contrato,
- d) impoñan ao consumidor e usuario garantías desproporcionadas ou lle impoñan indebidamente a carga da proba.
- e) sexan desproporcionadas en relación co perfeccionamento e execución do contrato, ou
- f) contraveñan as normas sobre competencia e dereito aplicable.

- En particular, conforme á contratación que realizas connosco (fóra dun establecemento mercantil), débese destacar o seguinte artigo do devandito texto:

Artigo 92. Ámbito de aplicación.

1. As disposicións deste título aplicaranse aos contratos celebrados a distancia con consumidores e usuarios no marco dun sistema organizado de vendas ou prestación de servizos a distancia, sen a presenza física simultánea do empresario e do consumidor e usuario, e nos que só se empregasen unha ou máis técnicas de comunicación a distancia ata e durante a celebración do contrato.

Entre outras, considéranse técnicas de comunicación remota as seguintes: o correo postal, Internet, o teléfono ou o fax.

2. As disposicións deste título aplicaráselles tamén aos seguintes contratos celebrados con consumidores e usuarios fóra do establecemento comercial:

- a) Contratos celebrados coa presenza física simultánea do empresario e do consumidor e usuario, nun lugar distinto do establecemento mercantil do empresario.
- b) Contratos nos que o consumidor e usuario realizou unha oferta nas mesmas circunstancias que as consideradas na letra a).
- c) Contratos celebrados no establecemento mercantil do empresario ou mediante o uso de calquera medio de comunicación a distancia inmediatamente despois de que se producise o contacto persoal e individual co consumidor e usuario nun lugar distinto do establecemento mercantil do empresario, coa presenza física simultánea do empresario e do consumidor e usuario.
- d) Contratos celebrados durante unha excursión organizada polo empresario coa finalidade de promocionar e vender produtos ou servizos ao consumidor e usuario.

3. Sen prexuízo do disposto no artigo 10 e da irrenunciabilidade dos dereitos recoñecidos aos consumidores e usuarios neste título, serán válidas as cláusulas contractuais que resulten máis beneficiosas para o consumidor e usuario.

4. Todos os contratos e ofertas celebrados fóra do establecemento comercial presúmense suxeitos ás disposicións deste título, e correspóndelle ao empresario probar o contrario.

Artigo 94. Comunicacóns comerciais e contratación electrónica.

Nas comunicacións comerciais por correo electrónico ou outros medios de comunicación electrónica e na contratación a distancia de bens ou servizos por medios electrónicos, aplicarase, ademais do disposto neste título, a normativa específica sobre servizos da sociedade da información e comercio electrónico.

Cando disposto neste título entre en conflito co contido da normativa específica sobre servizos da sociedade da información e comercio electrónico, aplicarase preferentemente esta última, agás o disposto no artigo 97.7, segundo parágrafo.

Artigo 95. Servizos de intermediación en contratos a distancia.

Os operadores de técnicas de comunicación a distancia, entendidas como as persoas físicas ou xurídicas, públicas ou privadas, titulares das técnicas de comunicación a distancia utilizadas polos empresarios, están obrigados a garantir, na medida do posible e coa dilixencia debida, que estes respecten os dereitos recoñecidos por este Título aos consumidores e usuarios e cumpran as obrigas que lles impón.

O disposto no parágrafo anterior non lles será de aplicación aos prestadores de servizos de intermediación da sociedade da información, que se rexerán polo disposto na normativa específica sobre servizos da sociedade da información e comercio electrónico.

Artigo 96. Comunicacóns comerciais a distancia.

1. En todas as comunicacións comerciais a distancia, deberá constar inequivocamente a súa natureza comercial.

2. No caso de comunicacións telefónicas, a identidade do titular do establecemento ou, se é o caso, da persoa en nome da cal se realiza a chamada, deberá indicarse de forma explícita e clara ao comezo de calquera conversa co consumidor ou usuario, así como a finalidade comercial da chamada. En ningún caso se farán chamadas telefónicas antes das 9 horas, nin máis tarde das 21, nin en festivos ou fins de semana.

3. A utilización por parte do empresario de técnicas de comunicación consistentes nun sistema automatizado de chamadas sen intervención humana ou fax requirirá o consentimento previo e expreso do consumidor e usuario.

O consumidor e usuario terá dereito a non recibir, sen o seu consentimento, chamadas con fins de comunicación comercial que se realicen a través de sistemas distintos dos mencionados no apartado anterior, cando decidise non aparecer nas guías de comunicacións electrónicas dispoñibles para o público, exercese o dereito a que os datos que aparecen nelas non sexan utilizados con fins publicitarios ou de prospección comercial, ou solicítase a inclusión nos ficheiros comúns de exclusión para o envío de comunicacións comerciais regulados pola normativa de protección de datos persoais.

4. Os consumidores e usuarios teñen dereito a opoñerse a recibir ofertas comerciais non desexadas por teléfono, fax ou outros medios de comunicación equivalentes.

No marco dunha relación preexistente, o consumidor e usuario tamén terá dereito a opoñerse a recibir comunicacións comerciais por correo electrónico ou outros medios de comunicación electrónica equivalentes. Debe ser informado en cada unha das comunicacións comerciais dos medios sinxelos e gratuítos para opoñerse a recibilas.

5. Nos casos en que se realice unha oferta comercial non desexada por teléfono, as chamadas deberán efectuarse desde un número de teléfono identificable. Cando o usuario reciba a primeira oferta comercial do emisor, deberá ser informado do seu dereito a opoñerse a recibir novas ofertas e a obter o número de referencia da devandita oposición.

A petición do consumidor e usuario, o empresario estará obrigado a achegar probas de ter manifestado a súa oposición, que deberán enviarse canto antes e, en calquera caso, no prazo máximo dun mes.

O emisor estará obrigado a conservar durante polo menos un ano os datos relativos aos usuarios que exerceron o seu dereito de oposición á recepción de ofertas comerciais, xunto co número de referencia concedido a cada unha delas, e deberá poñelos á disposición das autoridades competentes.

6. En calquera caso, deberán cumprirse as disposicións vixentes sobre protección de menores e respecto á privacidade. Cando se utilicen datos persoais para realizar comunicacións comerciais sen o consentimento do interesado, facilitaráselle ao destinatario a información prevista no artigo 30.2 da Lei Orgánica 15/1999, do 13 de decembro, de Protección de Datos de Carácter Persoal, e ofreceráselle a posibilidade de opoñerse á recepción de ditas comunicacións.

Artigo 97. Información precontractual sobre contratos a distancia e contratos celebrados fóra dos establecementos comerciais.

1. Antes de que o consumidor e usuario quede vinculado por calquera contrato a distancia ou fóra do establecemento ou calquera oferta correspondente, o empresario proporcionaralle a seguinte información de maneira clara e comprensible, con especial atención aos consumidores vulnerables, aos que se lles proporcionará a seguinte información en formatos axeitados, accesibles e comprensibles:

- a) As principais características dos bens ou servizos, na medida en que sexan axeitadas para o medio utilizado e aos bens ou servizos dos que se trate.
- b) A identidade do empresario, incluíndo o seu nome comercial.
- c) O enderezo completo do establecemento do propietario do negocio, o número de teléfono e o enderezo de correo electrónico. Do mesmo xeito, cando o comerciante proporcione outros medios de comunicación en liña que garantan que o consumidor ou usuario poida manter calquera tipo de correspondencia escrita, incluída a data e a hora desta correspondencia, co comerciante nun soporte duradeiro, a información incluírá tamén detalles deses outros medios.

Todos estes medios de comunicación facilitados polo emprendedor permitiranlle ao consumidor ou usuario contactar e comunicarse co emprendedor de forma rápida e eficaz. Cando proceda, o empresario tamén deberá facilitar o enderezo completo e a identidade do empresario en nome do cal actúa.

d) Se for diferente do enderezo facilitado de acordo coa letra c), o enderezo completo do domicilio social da empresa e, se é o caso, o da empresa en nome da cal actúa, ao que o consumidor ou usuario poida dirixir as súas reclamacións.

e) O prezo total dos bens ou servizos, incluídos os impostos e as taxas, ou, se o prezo non se pode calcular razoablemente por adiantado debido á natureza dos bens ou servizos, a forma en que se determina o prezo e, se é o caso, todos os gastos adicionais de transporte, entrega, postais e outros, ou, se tales gastos non se poden calcular razoablemente por adiantado, o feito de que poida ser necesario pagar tales gastos adicionais. No caso dun contrato de duración indeterminada ou dun contrato que inclúa unha subscrición, o prezo incluírá o total dos custos por período de facturación. Cando estes contratos se cobren a unha tarifa fixa, o prezo total tamén incluírá os custos mensuais totais. Cando non sexa posible estimar razoablemente o custo total por adiantado, indicarse claramente a forma en que se determina o prezo.

f) Cando corresponda, que o prezo foi personalizado sobre a base dunha toma de decisións automatizada.

g) O custo da utilización da técnica de comunicación remota para a celebración do contrato, en caso de que o devandito custo se calcule sobre unha base diferente da tarifa básica.

h) Os procedementos de pagamento, entrega e execución, a data na que o empresario se compromete a entregar os bens ou a realizar os servizos e, se é o caso, o sistema de xestión das reclamacións do empresario.

i) A lingua ou linguas nas que se poderá formalizar o contrato, cando esta non sexa a lingua na que se facilitase a información precontractual.

j) Cando exista un dereito de desistencia, inclúense as condicións, o prazo e os procedementos para exercelo, así como o modelo de formulario de desistencia.

k) Se é o caso, o consumidor ou usuario deberá asumir os custos de devolución dos bens en caso de desistencia e, nos contratos a distancia, cando os bens, pola súa natureza, non se poidan devolver normalmente por correo, os custos de devolución.

l) No caso de que o consumidor ou usuario exerza o dereito de desistencia despois de presentar unha solicitude de conformidade co artigo 98.8 ou co artigo 99.3, a información de que, nese caso, o consumidor ou usuario debe pagarlle ao empresario uns custos razoables de conformidade co artigo 108.3.

m) Cando o dereito de desistencia non sexa de aplicación en virtude do artigo 103, o consumidor ou usuario será informado de que non pode dispor deste dereito ou das circunstancias nas que o perderá cando sexa de aplicación.

- n) Un recordatorio da existencia dunha garantía legal de conformidade para os bens, contidos dixitais ou servizos dixitais.*
 - ñ) Cando proceda, a dispoñibilidade de asistencia posvenda ao consumidor e usuario, servizos posvenda e garantías comerciais, así como as súas condicións.*
 - o) A existencia de códigos de conduta relevantes e como obter copias destes, no seu caso. Para estes efectos, enténdese por código de conduta o acordo ou conxunto de regras non impostas por disposicións legais, regulamentarias ou administrativas, que define o comportamento daqueles empresarios que se comprometen a cumprir o código en relación cunha ou máis prácticas comerciais ou sectores económicos.*
 - p) A duración do contrato, se é o caso, ou, se o contrato é de duración indefinida ou se prorroga automaticamente, as condicións para a súa resolución.*
 - q) Cando proceda, a duración mínima das obrigas do consumidor ou usuario derivadas do contrato.*
 - r) Se é o caso, a existencia e as condicións de calquera depósito ou outras garantías financeiras que o consumidor ou usuario deba pagar ou proporcionar por solicitude do empresario.*
 - s) Cando corresponda, a funcionalidade dos bens con elementos dixitais, contido dixital ou servizos dixitais, incluídas as medidas técnicas de protección aplicables.*
 - t) Cando corresponda, calquera compatibilidade e interoperabilidade relevante dos bens con elementos dixitais, contido dixital ou servizos dixitais que coñeza o empresario ou dos que se poida esperar razoablemente que teña coñecemento.*
 - u) Se procede, a posibilidade de recorrer a un mecanismo extraxudicial de resolución de conflitos ao que estea suxeito o empresario e os métodos para acceder a el.*
- 2.** O artigo 1 aplicaráselles tamén aos contratos de subministración de auga, gas e electricidade, cando non estean envasados para a súa venda nun volume limitado ou en cantidades específicas, de calefacción a través de sistemas urbanos e de contidos dixitais que non se faciliten en soporte físico.
- 3.** Nas poxas públicas, a información á que se refiren os apartados 1.b), c) e d) poderá ser substituída por datos equivalentes do poxador.
- 4.** A información á que se refire o apartado 1.j), k) e l) poderá facilitarse mediante o documento modelo de información ao consumidor ou usuario sobre a desistencia establecido na letra A do anexo I. O empresario cumprirá os requisitos de información aos que se refire o apartado 1.j), k) e l), cando facilite esta información correctamente cuberta.
- 5.** A información á que se refire o parágrafo 1 formará parte integrante do contrato a distancia ou fóra das instalacións e non se modificará a menos que as partes acorden expresamente o contrario. Será responsabilidade do empresario acreditar o axeitado cumprimento das súas obrigas de información e, se é o caso, o acordo expreso sobre o contido da información facilitada antes da sinatura do contrato.

6. Se o empresario non cumpre cos requisitos de información relativos aos gastos adicionais ou outros custos aos que se fai referencia no apartado 1.e), ou relativos aos custos de devolución dos bens aos que se fai referencia no apartado 1.k), o consumidor ou usuario non estará obrigado a pagar tales gastos ou custos.

7. Os requisitos de información establecidos neste capítulo entenderanse adicionais aos requisitos establecidos na Lei 17/2009, do 23 de novembro, sobre o libre acceso e o exercicio das actividades de servizos, e na Lei 34/2002, do 11 de xullo, de servizos da sociedade da información e de comercio electrónico.

Sen prexuízo do disposto no parágrafo anterior, se unha disposición xeral ou sectorial sobre a prestación de servizos, incluídos os servizos da sociedade da información e do comercio electrónico, relativa ao contido ou á forma en que se debe subministrar a información, entra en conflito con calquera disposición desta lei, prevalecerá o disposto nesta lei, sen prexuízo de que prevalezan e sexan de aplicación preferente as disposicións sectoriais respecto daqueles aspectos expresamente previstos nas disposicións do dereito da Unión Europea das que deriven.

8. A carga da proba relativa ao cumprimento dos requisitos de información establecidos neste artigo recaerá no empresario.

Artigo 99. Requisitos formais para os contratos celebrados fóra do establecemento.

1. Nos contratos celebrados fóra do establecemento comercial, o empresario deberá facilitarlle ao consumidor e usuario a información requirida no artigo 97.1 en papel ou, se o consumidor está de acordo, noutro soporte duradeiro. Esa información deberá ser lexible e estar redactada polo menos en castelán e, se é o caso, por solicitude de calquera das partes, deberá estar redactada tamén en calquera das outras linguas oficiais do lugar onde se celebre o contrato e en termos claros e comprensibles.

2. O empresario deberá proporcionarlle ao consumidor e usuario unha copia do contrato asinado ou a confirmación do mesmo en papel ou, se o consumidor e usuario o acorda, nun soporte duradeiro diferente, incluíndo, se é o caso, a confirmación do consentimento expreso previo do consumidor e usuario e o seu coñecemento da perda do dereito de desistencia a que se refire o artigo 103.m).

3. Se un consumidor ou usuario desexa iniciar a prestación de servizos ou a subministración de auga, gas, electricidade (cando non estean envasados para a venda nun volume limitado ou en cantidades específicas) ou calefacción a través de sistemas urbanos, durante o prazo de desistencia previsto no artigo 104, e o contrato lle impuxer unha obriga de pagamento, o empresario esixiralle que presente, nun soporte duradeiro, unha solicitude expresa de inicio do contrato, así como unha declaración de que, unha vez que o empresario execute integramente o contrato, perderá o seu dereito de desistencia.

4. É responsabilidade do empresario demostrar o cumprimento das obrigas ás que se fai referencia neste artigo. O empresario debe adoptar medidas axeitadas e eficaces que lle permitan identificar inequivocamente o consumidor e usuario co que celebra o contrato.

Artigo 100. Consecuencias do incumprimento.

1. O contrato celebrado sen facilitarlle ao consumidor e usuario unha copia deste ou a súa confirmación, de acordo cos artigos 98.7 e 99.2, poderá ser anulado por solicitude do consumidor e usuario por acción ou excepción.
2. En ningún caso, poderá o empresario alegar a causa de nulidade, agás que o incumprimento sexa exclusivo do consumidor e usuario.
3. O empresario terá a carga da proba do cumprimento das disposicións deste artigo.

Artigo 101. Necesidade de consentimento expreso.

1. En ningún caso, a falta de resposta a unha oferta de traballo poderá considerarse unha aceptación desta.
2. Se o empresario, sen aceptación expresa por parte do consumidor e usuario destinatario da oferta, subministra o ben ou servizo ofrecido, aplicarase o disposto no artigo 66 quáter.

Artigo 102. Dereito de desistencia.

1. Agás as excepcións previstas no artigo 103, o consumidor e usuario terá dereito a desistir do contrato no prazo de catorce días naturais sen necesidade de alegar motivo e sen incorrer en outros custos que os previstos nos artigos 107.2 e 108.
No caso de contratos celebrados no contexto de visitas non solicitadas realizadas polo empresario ao domicilio do consumidor ou usuario ou de excursións organizadas polo empresario co propósito ou efecto de promocionar ou vender bens ou servizos, o prazo de desistencia amplíase a trinta días naturais.
2. Será nulas de pleno dereito as cláusulas que impuxeren unha penalización ao consumidor ou usuario por exercer o seu dereito de desistencia ou a renuncia a el.