

“Ley de prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores”

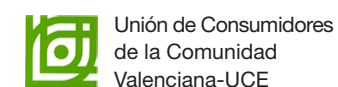
11 de marzo de 2010

| | |
|--------------|---|
| 09,00 | <p>Bienvenida e Inauguración:</p> <p>José Antonio Planas Director General de Fundación Estema.</p> <p>José Pascual Fernández Abogado. Director del Centro de Estudios de Consumo y Competencia.</p> <p>Silvia Ordiñaga Ilma. Directora General de Comercio y Consumo de la Generalitat Valenciana.</p> |
| 09,30 | <p>“La Trasposición de la Directiva 2005/29 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de mayo de 2005 de prácticas desleales y comerciales en el ámbito jurídico y territorial de Portugal”.</p> <p>Jorge Pegado Liz Presidente del Observatorio del Mercado Único del Comité Económico y Social Europeo.</p> |
| 10,45 | <p>“Análisis y Desarrollo de la Ley de Trasposición de la Directiva mediante la Ley 29/09 de 30 de diciembre que modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios”.</p> <p>Bernardo Hernández Bataller Presidente del Mercado Único, Producción y Consumo del Comité Económico y Social Europeo.</p> |

| | |
|--------------|---|
| 12,00 | <p>“La repercusión de la Ley 29/09 en la protección de los consumidores desde la perspectiva de las asociaciones de los consumidores.”</p> <p>José Luis Gómez Abogado. Secretario General de la Unión de Consumidores de Andalucía.</p> |
| 13,00 | <p>“Aspectos procesales de la Ley 29/09 de 30 de diciembre”.</p> <p>Purificación Martorell Magistrada de la Sección 9ª de lo Mercantil de la Audiencia Provincial de Valencia.</p> |
| 14,00 | <p>Clausura</p> <p>Fernando Castelló Presidente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana.</p> |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Lugar de celebración: Fundación Bancaja. Sala Luis Vives B. Plaza Tetuán, 23 Valencia</p> | <p>Fecha: 11 de marzo de 2010</p> <p>Información: Tel.: 96 131 85 00 info@consumoycompetencia.com</p> | <p>Organiza:</p> <p>Fundación ESTEMA</p> |
|---|--|---|

Colaboran:



Introducción a la Jornada

LA PRESENTE JORNADA, PRETENDE SOMETER A ESTUDIO LA LEY 29/2009, DE 30 DE DICIEMBRE, POR LA QUE SE MODIFICA EL RÉGIMEN LEGAL DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y DE LA PUBLICIDAD PARA LA MEJORA DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS, CON ESPECIAL INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS ENGAÑOSAS Y AGRESIVAS:

La nueva Ley regula por primera vez en nuestro ordenamiento jurídico las prácticas comerciales agresivas y tipifica con claridad las prácticas comerciales desleales, es decir, aquellas conductas engañosas que contengan información falsa o que, aun siendo veraz por su contenido o presentación, pueda inducir a error a los destinatarios; por ejemplo, en cuestiones como la asistencia postventa o el tratamiento de las reclamaciones.

Del mismo modo, se considera desleal y agresivo todo comportamiento que pueda mermar de manera significativa, mediante acoso, coacción, fuerza o influencia indebida, la libertad de elección o conducta de los consumidores en relación al bien o servicio que se oferte.

Por ejemplo, actuaciones como el spam telefónico son consideradas desleales y, por tanto, perseguibles.

OTRAS CONDUCTAS DESLEALES

Entre otras conductas, también se consideran desleales:

- La comparación pública de la actividad, las prestaciones o el establecimiento propio o ajeno con los de un tercero cuando dicha actividad se refiera a extremos que no sean análogos, relevantes ni comparables.
- La ocultación de información necesaria para que los consumidores puedan adoptar un comportamiento económico con conocimiento de causa.
- La transmisión de información de manera poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea adecuado.
- Inducir a los consumidores a tomar decisiones inmediatas con el pretexto de que un bien o servicio sólo estará disponible durante un período de tiempo limitado y esto no sea cierto.
- Presentar los derechos que otorga la legislación a los consumidores o usuarios como si fueran una característica distintiva de la oferta del empresario o profesional.

La nueva Ley introduce modificaciones en cuatro leyes generales: defensa de los consumidores y usuarios, competencia desleal, publicidad y ordenación del comercio minorista.

Con esta nueva normativa, se establece un régimen jurídico unitario para todos los actos de engaño y para las prácticas agresivas y se exige el mismo nivel de corrección con independencia de que los destinatarios de las actividades comerciales, sean consumidores o empresarios.

Para combatir todo el tipo de prácticas señaladas, el nuevo texto legal prevé la posibilidad, de emprender, entre otras, acciones de cesación del acto o prohibición de reiteración, de rectificación y de resarcimiento de daños por parte de los afectados y las autoridades competentes.

FOMENTO DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA

Además, esta Ley también prevé por parte de las Administraciones Públicas la promoción de códigos de conducta entre las organizaciones empresariales y profesionales que ayuden a controlar las prácticas publicitarias desleales de las empresas y a elevar el nivel de protección de los consumidores. En la elaboración de esos códigos también podrá contarse con la participación de las organizaciones de consumidores.

Los códigos de conducta que se redacten deberán respetar la normativa de defensa de la competencia y se les dará una publicidad suficiente para su debido conocimiento por los destinatarios.

Asimismo, estos sistemas de autorregulación se dotarán de órganos independientes de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos por las empresas adheridas y deberán establecer sistemas eficaces de resolución de las reclamaciones.