



## Pablo Sánchez

responsable  
de Samir Consultores Asociados  
pablo@samirconsultores.com

# Presupuestos a distancia en el taller

**El uso de las nuevas tecnologías (internet, correo electrónico y SMS) ha provocado un vacío legal que ahora cubre la nueva Ley de Defensa de los Consumidores para los contratos a distancia o fuera de los establecimientos, que afecta a los negocios de reparación. Una normativa que busca garantizar los derechos tanto del consumidor como del propio taller.**

**El pasado 29 de marzo** entró en vigor la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, a fin de armonizar la normativa europea vigente para la protección de los consumidores y usuarios en los contratos celebrados a distancia y fuera de los establecimientos mercantiles. La nueva ley llena un vacío legal que afectaba a distintos negocios, entre los que se encuentran los talleres de reparación

de vehículos, quienes en aplicación de las nuevas tecnologías en sus relaciones con los clientes, a través de ofertas por internet, uso del correo electrónico o los mensajes de texto, hacían necesaria una regulación más específica para estos supuestos.

Entre las modificaciones que atañen a la regulación de los contratos a distancia se adaptan y regulan varios puntos:

**REQUISITOS DE INFORMACIÓN.** Para tener en cuenta las restricciones técnicas de ciertos medios de comunicación, como las limitaciones de número de caracteres en pantallas de teléfono móvil o de tiempo



**La nueva ley llena un vacío legal para los presupuestos que el taller cierra a distancia (internet, teléfono, correo electrónico o SMS)**

*Los contratos realizados a través de comunicación a distancia deberán adecuarse a un código de conducta de cinco puntos.*

en los anuncios televisivos, el empresario debe respetar un conjunto mínimo de información y remitir al consumidor a otra fuente, por ejemplo, facilitando un número de teléfono gratuito o un enlace a una página web, donde la información pertinente esté disponible y sea fácilmente accesible. Esto viene regulado en la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

**REQUISITOS FORMALES.** Los requisitos formales de los contratos a distancia y de los celebrados fuera del establecimiento contemplan como novedad la exigencia de que los sitios web de comercio indiquen de modo claro y legible, a más tardar al inicio del procedimiento de compra, si se aplica alguna

restricción de suministro y cuáles son las modalidades de pago que se aceptan.

Se incorpora al texto refundido una nueva definición de contrato a distancia que abarca todos los casos en los que los contratos se celebran entre el empresario y el consumidor/usuario en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, exclusivamente mediante el uso de una o varias técnicas de comunicación, como pueden ser la venta por correo, internet, teléfono o fax, hasta el momento en que se celebra el contrato.

En concreto, en el supuesto de los contratos telefónicos y en general en aquellos que hayan utilizado técnicas de comunicación a distancia,



*Aunque la petición del servicio se realice a distancia, el usuario tiene derecho a recibir el presupuesto por escrito.*

como correo postal, internet o fax, y en cuanto a los aspectos a resaltar para la contratación de los consumidores con los talleres, la contratación deberá adecuarse a un código de conducta de cinco puntos.

**INFORMACIÓN.** Se debe revelar, al inicio de la conversación telefónica, la identidad del que llama y, si procede, la identidad de la persona por quien se efectúa la llamada, así como el objetivo comercial de ésta. Entre la información a facilitar está:

El precio total de los bienes o servicios ofrecidos, incluidos impuestos y tasas, o, si el precio no puede calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza de los bienes o de los servicios, la forma

## Cuando no sea posible calcular el coste total del servicio, se indicará la forma en que se determina el precio

en que se determina el precio, así como, cuando proceda, los gastos adicionales de transporte, entrega o postales y cualquier otro o, si dichos gastos no pueden ser calculados de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonarlos.

Cuando no sea posible calcular el coste total, se indicará la forma en que se determina el precio. También se debe facilitar el coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia para la celebración del contrato, en caso de que dicho coste se calcule sobre una base diferente de la tarifa básica.

Además, deben aparecer los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación de los servicios, así como, cuando proceda, el sistema de tratamiento de las reclamaciones del empresario.

También, debe reflejarse cuando exista un derecho de desistimiento, las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer ese derecho, así como el modelo de formulario de desistimiento.

Y por último, también aparecerá un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes.

**PRESUPUESTO.** Respecto al contenido del presupuesto, los talleres de reparación de vehículos

## En ningún caso la falta de respuesta a la oferta de contratación podrá considerarse como una aceptación de ésta

automóviles se rigen en España por el Real Decreto 1457/1986, que trata los derechos de los usuarios de este servicio. Todos los usuarios de los talleres de reparación tienen, por Ley, derecho a recibir un presupuesto escrito sobre las tareas a realizar en su vehículo. Tendrá una validez mínima de doce días hábiles y en él debe figurar la siguiente información: número del taller en el registro especial correspondiente; su identificación fiscal y domicilio; nombre y domicilio del usuario; identificación del vehículo (marca, modelo, matrícula y número de kilómetros recorridos); reparaciones a efectuar; elementos a reparar o sustituir, con indicación del precio total desglosado a satisfacer por el usuario; fecha y firma del prestador del servicio; fecha prevista de entrega del vehículo ya reparado, a partir de la aceptación del presupuesto; indicación del tiempo de validez del presupuesto, y espacio reservado para la fecha y la firma de aceptación por el usuario

**CONFIRMACIÓN DEL PRESUPUESTO.** Confirmar de forma fehaciente la oferta al consumidor y usuario por escrito o, salvo oposición del mismo, en cualquier soporte de naturaleza duradera.

**PERFECCIÓN DE LA CONTRATACIÓN TELEFÓNICA.** El consumidor y usuario sólo quedará vinculado una vez que haya aceptado la oferta mediante su firma o con el envío de su acuerdo por escrito, en papel o mediante correo electrónico, fax o SMS.



*El cliente quedará vinculado con el envío de su acuerdo por escrito, en papel o mediante correo electrónico, fax o SMS.*

En ningún caso la falta de respuesta a la oferta de contratación podrá considerarse como una aceptación de ésta.

**DERECHO DE DESISTIMIENTO.** Para el supuesto de contratación telefónica, este derecho se habrá perdido una vez el servicio haya sido completamente ejecutado o cuando la ejecución haya comenzado, previo consentimiento expreso del usuario y con el reconocimiento por su parte de ser consciente de que, una vez que el contrato haya sido completamente ejecutado por el empresario, estará obligado al pago en su totalidad de los servicios prestados. ◀