

**MF0245_3: Gestión de quejas y reclamaciones
en materia de consumo**

Elaborado por: Encarnación Rojo Franco

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16102-41-9 • Depósito legal: MA 293-2014

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Índice

MF 0245_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo

UD1. Marco de protección al cliente, consumidor y usuario en consumo

1.1. Normativa en defensa del consumidor	11
1.1.1. Derechos y deberes.....	15
1.1.2. Legislación estatal, autonómica y local.....	19
1.1.3. Legislación Comunitaria.....	23
1.2. Instituciones y organismos de protección al consumidor	27
1.2.1. Tipología.....	28
1.2.2. Competencias.....	31
1.2.3. Organigrama funcional	35
1.3. Procedimientos de protección al consumidor.....	36
1.3.1. Protección de datos y confidencialidad	37
1.3.2. Transparencia de los procedimientos	44

UD2. Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo

2.1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente	55
2.1.1. Naturaleza	56
2.1.2. Efectos.....	57
2.2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor	58
2.2. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias	59
2.3.1. Elementos formales que contextualizan la reclamación.....	62
2.3.2. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.....	66

2.3.3. Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación.....	68
2.4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores	69
2.5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación	85
2.5.1. Plazos de presentación	86
2.5.2. Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes	88
2.5.3. Gestión on-line	90
2.6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones.....	92
2.6.1. Fases del proceso de resolución	93
2.7. La actuación administrativa y los actos administrativos	97
2.7.1. Concepto y elementos	98
2.7.2. Clases	103
2.7.3. Eficacia de los actos.....	106
2.7.4. El silencio administrativo	109
2.7.5. Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos ..	112

UD3. Mediación y arbitraje en materia de consumo

3.1. Conceptos y características.....	125
3.1.1. Árbitro	125
3.1.2. Mediador	129
3.1.3. Partes implicadas	131
3.1.4. Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo	132
3.2. La mediación	133
3.2.1. Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación	136
3.2.1. Requisitos exigibles	137
3.2.3. Procedimientos seguidos	139
3.3. El arbitraje de consumo	142
3.3.1. Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje.....	145
3.3.2. Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional	147
3.3.3. Organigrama funcional.....	152
3.3.4. Convenio arbitral: contenido, formalización y validez	157
3.3.5. Institucionalización del arbitraje	159

3.3.6. Juntas arbitrales.....	160
3.3.7. Laudo arbitral.....	163
3.4. Procedimientos de arbitraje en consumo.....	165
3.4.1. Principios generales	168
3.4.3. Ventajas e inconvenientes.....	173
3.5. Documentación en procesos de mediación y arbitraje	174
3.5.1. Convocatoria.....	175
3.5.2. Acta	176
3.5.3. Resolución	176

UD4. Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo

4.1. Conceptos	185
4.1.1. Queja	186
4.1.2. Reclamación.....	187
4.1.3. Consulta.....	190
4.1.4. Denuncia.....	191
4.1.5. Partes intervinientes.....	194
4.2. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas reclamaciones...	196
4.2.1. Situación, percepción, motivación: clima.....	197
4.2.2. Tratamiento	199
4.3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones	201
4.3.1. Interpersonal	204
4.3.2. Telefónica	208
4.3.3. Escrita.....	211
4.3.4. Telemática	215
4.4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo	216
4.4.1. Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones	218
4.4.2. Dialéctica de la argumentación	220
4.4.3. Negociación y sus técnicas de comunicación	222

UD5. Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios

5.1. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor) ..	235
5.2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones	236
5.3. Caracterización del proceso de negociación	240
5.3.1. Tipos de clientes/consumidores/usuarios	240
5.3.2. Factores influyentes	245
5.3.3. Departamento gestor	249
5.3.4. Trámites y documentación	250
5.4. Planes de negociación	251
5.4.1. Preparación	254
5.4.2. Desarrollo	258
5.4.3. Resolución	260

UD6. Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones

6.1. Tratamiento de las anomalías	269
6.1.1. Principales incidencias/anomalías	269
6.1.2. Forma	274
6.1.3. Plazos	279
6.2. Procedimientos de control del servicio	280
6.2.1. Parámetros de control	281
6.2.2. Técnicas de control	281
6.3. Indicadores de calidad	283
6.4. Evaluación y control del servicio	286
6.4.1. Métodos de evaluación	287
6.4.2. Medidas correctoras	295
6.5. Análisis estadístico	299

<i>Anexos</i>	313
----------------------------	-----

Presentación

Bienvenido al Módulo Formativo 0245_3 “Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo” que pertenece al Certificado de Profesionalidad COMT0110 “Atención al cliente, consumidor o usuario” de la familia profesional Comercio y Marketing.

Presentación de los contenidos

La finalidad de este módulo formativo es adquirir conocimientos para gestionar las quejas y reclamaciones presentadas por un cliente, consumidor o usuario. Para ello estudiaremos el marco jurídico vigente en materia de consumo, la atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo, los procedimientos de mediación y arbitraje de consumo, las comunicaciones que se utilizan en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo, los procesos de negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios así como el control de calidad del servicio de quejas y reclamaciones.

Objetivos del módulo

Al finalizar este módulo formativo aprenderás a:

- ↻ Analizar consultas/quejas/reclamaciones en materia de consumo, obteniendo los datos de fuentes fiables, para deducir líneas de actuación y canalización de las mismas hacia los departamentos de empresa y organismos competentes.
- ↻ Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente.
- ↻ Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de orientación/información al cliente/consumidor/usuario, tanto en la gestión de quejas y reclamaciones individuales, como en las referidas a otros departamentos, instituciones u organismos.

- ↻ Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.
- ↻ Aplicar métodos de control de calidad y de mejora de los procesos de atención/información al cliente/consumidor/usuario, de manera que se reduzca el coste y el tiempo de atención y se facilite el acceso a la información.

UD1

Marco de protección al cliente, consumidor y usuario en consumo

- 1.1. Normativa en defensa del consumidor
 - 1.1.1. Derechos y deberes
 - 1.1.2. Legislación Estatal, Autonómica y Local
 - 1.1.3. Legislación Comunitaria
- 1.2. Instituciones y organismos de protección al consumidor
 - 1.2.1. Tipología
 - 1.2.2. Competencias
 - 1.2.3. Organigrama funcional
- 1.3. Procedimientos de protección al consumidor
 - 1.3.1. Protección de datos y confidencialidad
 - 1.3.2. Transparencia de los procedimientos

|comercio y marketing

1.1. Normativa en defensa del consumidor

El Código de Consumo engloba al conjunto de leyes, normas con rango de ley y reglamentos que contienen las disposiciones normativas aplicables en materia de consumo y que son aprobadas por los órganos competentes de ámbito estatal, autonómico y local.

Para comprender todo este entramado normativo es necesario tener presente la estructura descentralizada de nuestro Estado, en tanto en éste coexisten tres niveles de actuación territorial: el ámbito territorial estatal, el ámbito territorial autonómico y el ámbito territorial local.

Las instituciones con competencia normativa que interactúan en el ámbito territorial estatal son las Cortes Generales, el Gobierno y la Administración General del Estado. Las Cortes Generales son las encargadas de aprobar las leyes de aplicación nacional, el Gobierno es el que aprueba las normas con rango de ley y los reglamentos y la Administración General del Estado es la que se encarga de aplicar dichas disposiciones en los procedimientos que son de su competencia.

Las instituciones con competencia normativa que interactúan en el ámbito territorial autonómico son las Asambleas Legislativas o Parlamentos Autonómicos, el Consejo de Gobierno Autonómico y la Administración de la Comunidad Autónoma. La Asamblea o Parlamento es el encargado de aprobar las leyes que se van a aplicar dentro de la Comunidad, que desarrollarán las competencias y materias que el Estatuto de autonomía haya asignado a la referida Comunidad Autónoma; el Consejo de Gobierno Autonómico aprobará las normas con rango de ley y los reglamentos propios de la comunidad y su Administración Pública se encargará de la aplicación de estas normas a casos y procedimientos concretos.

Finalmente, el ámbito territorial local, también está integrado por un complejo institucional, que, aunque no tiene competencia para aprobar leyes, sí puede aprobar Reglamentos Locales siendo una de las tipologías más conocidas las Ordenanzas Municipales. Los Alcaldes o Presidentes de estas corporaciones locales, los Plenos de los Ayuntamientos, etc., son los órganos que tienen competencia para aprobar y aplicar la normativa local que regirá en una determinada localidad, provincia o comarca.

Esquematización del poder legislativo y ejecutivo en los tres niveles territoriales:



La diferencia entre Ley, Norma con Rango de Ley y Reglamento es la siguiente:

- ↻ Se denomina **Ley** a la norma con este valor que aprueba las Cortes Generales (leyes estatales) y las Asambleas Legislativas de las Comunidades Autónomas (leyes autonómicas).
- ↻ Se denomina **Norma con Rango de Ley** a la norma que aprueba el Gobierno (estatal o autonómico) a la que se le atribuye el mismo valor que una ley, aunque no proceda de un Parlamento.

Los Reales Decretos Legislativos y los Reales Decretos Ley son normas con rango de ley que aprueba el Gobierno del Estado.

El calificativo “Real” previo a la denominación de una norma indica que la misma ha sido aprobada por el Gobierno Estatal, pudiendo tener valor de ley o valor inferior a la ley.

- ↻ Se denomina **Reglamento** a la norma con rango inferior a la ley que aprueba el Gobierno (estatal, autonómico y local).

Los Reales Decretos, los Decretos, las Órdenes, las Ordenanzas, etc. son ejemplos de Reglamentos aprobados por los diferentes órganos de Gobierno. Un Real Decreto lo aprueba el Gobierno Estatal (Consejo de Ministros), una Orden la puede aprobar un consejero de una comunidad autónoma, una Ordenanza el Pleno de un Ayuntamiento, etc.

Este entramado normativo formado por las leyes, las normas con rango de ley y los reglamentos se organiza bajo un criterio denominado jerarquía normativa, que es un principio constitucional que permite ordenar jerárquicamente las disposiciones aprobadas por las diferentes instituciones, a tenor de su valor jurídico y su preferencia en la aplicación. En el punto más alto de dicha jerarquía se sitúa la Constitución Española de 1978 que es la norma fundamental del ordenamiento jurídico español.

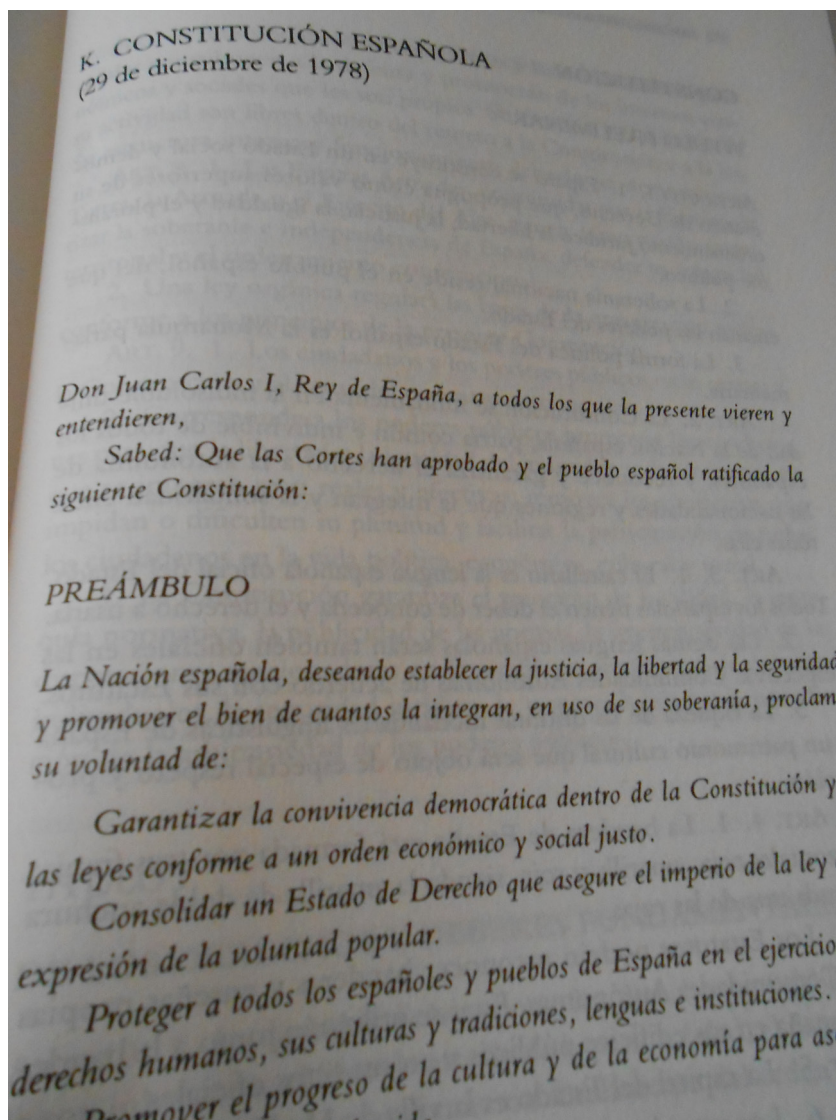
Esquematización del principio de jerarquía normativa:

CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	
LEYES Y NORMAS CON RANGO DE LEY	<ul style="list-style-type: none">↻ Leyes estatales (Cortes Generales)↻ Leyes autonómicas (Asambleas Legislativas)↻ Reales decretos legislativos (Gobierno estatal)↻ Decretos legislativos (Gobierno autonómico)↻ Reales decretos ley (Gobierno estatal)↻ Decretos ley (Gobierno autonómico)
REGLAMENTOS	<ul style="list-style-type: none">↻ Reales decretos (Gobierno estatal)↻ Decretos (Gobierno autonómico)↻ Órdenes ministeriales (Gobierno estatal)↻ Órdenes (Gobierno autonómico)↻ Ordenanzas (Gobierno local)↻ Bandos (Gobierno local)

El artículo 51.1 y 51.2 de la Constitución Española de 1978, en materia de consumidores y usuarios, establece los dos siguientes principios rectores:

Art. 51.1 Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

Art. 51.2 Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.



El Preámbulo de la Constitución Española de 1978

La ley que establece el régimen jurídico de protección de los consumidores y usuarios en el ámbito de las competencias del Estado es:

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias

La norma se identifica como un Real Decreto Legislativo, lo que nos indica que es una Norma con Rango de Ley aprobada por el Gobierno estatal. El Gobierno puede aprobar este tipo de normas con valor de ley siempre que el Parlamento, en este caso las Cortes Generales, le den permiso para hacerlo.

Se dice que los Decretos Legislativos tienen valor de ley porque no se pueden calificar como leyes, en tanto formalmente no se han aprobado en un Parlamento, pero el contenido que regulan tiene el mismo valor que el de una ley parlamentaria, aunque procedan del Gobierno.



Algunos artículos de este Real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, tienen carácter básico, lo que significa que su contenido se debe aplicar no sólo en el ámbito estatal, sino en todo el territorio nacional, incluyendo comunidades autónomas y entidades locales. Cuando parte de una norma tiene carácter básico, las normas autonómicas que las complementen no pueden contradecir lo estipulado en estos preceptos básicos de la norma estatal, en tanto se fundamentan en competencias que pertenecen en exclusiva al Estado.

Ejemplo:

Los artículos 8, 9, 17.1, 18, 23. 1 y 3, 25 y 26; los capítulos III y V del título I del libro primero y el título IV del libro primero tienen carácter básico al dictarse al amparo de las competencias que corresponden al Estado en el artículo 149.1. 1.ª, 13.ª y 16.ª de la Constitución Española.



Consumidores y usuarios

El **art. 8** del Real decreto legislativo 1/2007 reconoce los derechos básicos de los consumidores y usuarios. Si este precepto tiene carácter básico quiere decir que las normas que las Comunidades Autónomas dicten en materia de consumidores y usuarios deben respetar este catálogo de derechos, lo pueden ampliar pero no lo pueden reducir. Si lo hacen se estaría ante un supuesto de inconstitucionalidad, en tanto una ley autonómica no puede regular en contra de la Constitución.

En el siguiente apartado vamos a analizar cuáles son los derechos y los deberes de los consumidores y usuarios en materia de consumo. Posteriormente, en los dos siguientes epígrafes revisaremos la legislación estatal, autonómica, local y comunitaria en esta materia.

1.1.1. Derechos y deberes

Constituyen derechos básicos de los consumidores y usuarios los siguientes:

- ↺ Derecho a ser protegidos contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.
- ↺ Derecho a la protección de sus intereses económicos y sociales, especialmente ante las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
- ↺ Derecho a ser indemnizados por los daños y a que se les reparen los perjuicios que se les hayan ocasionado.
- ↺ Derecho a ser informados correctamente sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- ↺ Derecho de 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.
- ↺ Derecho a que sus derechos sean protegidos mediante procedimientos eficaces, especialmente ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

Analicemos a continuación el contenido y alcance de cada uno de estos derechos.

1. Derecho a ser protegidos contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad

Las cláusulas sobre la protección de la salud y seguridad de los consumidores y usuarios se reconocen en los arts. 11 a 16 del Real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (en adelante RDLEG 1/2007).

En primer lugar, la norma recoge la obligación que 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, o únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio y considerados admisibles dentro de un nivel elevado de protección de la salud y seguridad de las personas.

Para garantizar esta seguridad, los empresarios deben poner en conocimiento del consumidor o usuario los riesgos que pueda entrañar la utilización de los bienes y servicios, teniendo en cuenta su naturaleza, características y duración, así como las personas a las que se destinan los mismos.

Ejemplo:

Los productos químicos y aquellos artículos que incorporen sustancias peligrosas deben llevar de forma visible las indicaciones que adviertan el riesgo inherente a su manipulación.

2. Derecho a la protección de sus intereses económicos y sociales, especialmente ante las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.

Según el RDLEG 1/2007, se entiende como práctica comercial de un empresario con los consumidores y usuarios cualquier acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de un bien o servicio a los consumidores y usuarios, con independencia de que se realice antes, durante o después de una operación comercial.

Ejemplo:

La publicidad y la comercialización constituyen prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios.

La protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios en relación con las prácticas comerciales de los empresarios dirigidas a ellos se rigen por el RDLEG 1/2007, por la Ley de Competencia Desleal (Ley 3/1991, de 10 de enero) y por la Ley de Ordenación del Comercio Minorista (Ley 7/1996, de 15 de enero).

Se consideran cláusulas abusivas aquellas estipulaciones que no se negocien de forma individual, aquellas prácticas que no se consientan de forma expresa, que siendo contrarias a las exigencias de la buena fe, causen en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven de un contrato.

Ejemplo:

Cláusulas que limiten los derechos del consumidor y usuario.

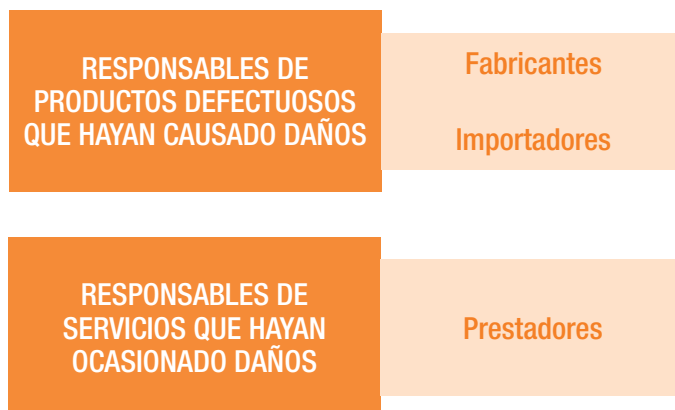
3. Derecho a ser indemnizados por los daños y a que se les reparen los perjuicios que se les hayan ocasionado.

Cualquier persona perjudicada tiene derecho a ser indemnizada por los daños o perjuicios causados por los bienes o servicios, incluyendo daños físicos y materiales.

En el caso de que los daños los haya provocado un producto, los productores que los hayan fabricado o importado son los que asumirán la responsabilidad. En este caso el perjudicado debe probar el defecto en el producto, el daño sufrido y la relación de causa-efecto entre ambos: sufre un daño porque el producto es defectuoso.

En el caso de que los daños y perjuicios se deriven de la prestación de un servicio (sanitario, reparaciones, rehabilitación de viviendas, instalaciones, transporte...), los prestadores de los mismos son los que asumirán la responsabilidad.

Esquematización de la responsabilidad en productos y servicios:



4. Derecho a ser informados correctamente sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.

Los poderes públicos deben fomentar la formación y educación de los consumidores y usuarios y deben asegurarse que éstos disponen de información suficiente para que puedan ejercer sus derechos. Asimismo deben velar para que se les proporcione información clara y comprensible sobre el correcto uso y consumo de los bienes y servicios a que tienen acceso en el mercado.

El etiquetado y la presentación de los bienes y servicios no pueden inducir a error al consumidor y usuario.



Todos los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deben incorporar información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales, especialmente las siguientes:

- ↻ Nombre y dirección completa del productor.
- ↻ Naturaleza, composición y finalidad.
- ↻ Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial, si la tienen.
- ↻ Fecha de producción o suministro y lote, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.
- ↻ Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos pre-visibles.



Etiquetado y presentación de un producto

5. Derecho de 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.

Las asociaciones de consumidores y usuarios representan a sus asociados y ejercen las correspondientes acciones en defensa de los mismos, de la asociación o de los intereses generales de los consumidores y usuarios.

Las asociaciones de consumidores y usuarios se integran en el Consejo de Consumidores y Usuarios. Este órgano deberá ser oído en consulta, en el procedimiento de elaboración de dis-

posiciones de carácter general de ámbito estatal relativas a materias que afecten directamente a los consumidores y usuarios como por ejemplo la determinación de precios y tarifas de servicios, en cuanto afecten directamente a los consumidores o usuarios y se encuentren legalmente sujetos a control de las Administraciones públicas.

El Consejo de Consumidores y Usuarios es un órgano nacional de consulta y representación institucional de los consumidores y usuarios que integra las asociaciones de ámbito supraautonómico que los representan.



6. Derecho a que sus derechos sean protegidos mediante procedimientos eficaces, especialmente ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

Los procedimientos de protección al consumidor se desarrollarán en el apartado 1.3 siguiente.

Además de todo este catálogo de derechos básicos recogidos en el RDLEG 1/2007, la legislación que cada comunidad autónoma apruebe en materia de consumo, puede ampliar dicho repertorio añadiendo otros derechos que considere esenciales para el consumidor o usuario como puede ser, en el ámbito de las comunidades autónomas con régimen de cooficialidad lingüística, los derechos lingüísticos de los consumidores y usuarios.

También cabe apuntar la regulación existente en relación a los derechos de los consumidores y usuarios de carácter sectorial, es decir los derechos que se reconocen a los consumidores y usuarios de un tipo de producto o servicio.

Ejemplos:

Derecho de los pasajeros del transporte aéreo.

Derechos de los usuarios de los servicios financieros.

Derechos de los usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones.

1.1.2. Legislación estatal, autonómica y local

El Código de Consumo está formado por el conjunto de leyes, normas con rango de ley y reglamentos que aprueban las instituciones públicas con competencia en la materia. En este apartado presentamos, en primer lugar, la legislación estatal principal que aborda esta materia, categorizada en leyes aprobadas en Cortes Generales, normas con rango de ley y reglamentos dictados por el Gobierno Estatal. En segundo lugar, enumeramos las leyes aprobadas por las Asambleas Legislativas Autonómicas que contienen una regulación general en materia de consumo.

ESQUEMATIZACIÓN DEL CÓDIGO DE CONSUMO ESTATAL

LEYES Y NORMAS CON RANGO DE LEY

- ↺ Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo.
- ↺ Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.
- ↺ Real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- ↺ Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- ↺ Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios.
- ↺ Ley 40/2002, de 14 de noviembre, reguladora del contrato de aparcamiento de vehículos.
- ↺ Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.
- ↺ Ley 42/1998, de 15 de diciembre, sobre derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias.
- ↺ Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- ↺ Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal.
- ↺ Ley 28/1998, de 13 de julio, de venta a plazos de bienes muebles.
- ↺ Ley 34/1998, de 11 de noviembre, general de publicidad.

REGLAMENTOS

- ↺ Real decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo
- ↺ Real decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios
- ↺ Real decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos
- ↺ Real decreto 1828/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro de condiciones generales de la contratación