

## UNCUMA acoge con satisfacción la nueva ley sobre prácticas comerciales desleales

*Comunicado de Prensa, 29/01/2010*

- **La Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, UNCUMA, viene exigiendo desde años una legislación específica para reprimir y sancionar unas conductas desleales empresariales que no estaban claramente recogidas en nuestra legislación de consumo.**
- **UNCUMA lamentaba el retraso en la aplicación de la Directiva 2005/29 del Parlamento y Consejo Europeo sobre “prácticas comerciales desleales”, recordando que España había sido condenada el 23 de abril de 2009 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea, por “no adaptación del Derecho interno dentro del plazo señalado”.**
- **La Ley 29/2009 sobre competencia desleal y publicidad para la protección de los consumidores y usuarios, publicada en el BOE de 31 de diciembre del 2009, incorpora por fin esta Directiva al derecho interno tipificando y sancionando conductas desleales de las que podrían ser víctimas colectivos vulnerables.**

La Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, modifica la de la Competencia Desleal, General de los Consumidores y Usuarios y de la Publicidad. Esta nueva normativa reprime

y sanciona conductas desleales empresariales y prácticas engañosas y/o agresivas que no estaban claramente recogidas en nuestra legislación de consumo.

En concreto tipifica y sanciona conductas, que determinadas empresas dirigen a colectivos vulnerables, por bajo nivel cultural o edad, considerando desleal entre muchos otros ejemplos muy comunes:

- la que ofrezca un premio, de forma automática o en un concurso o sorteo, sin conceder los premios descritos u otros de calidad o valor equivalente;
- describir un bien o servicio como "gratuito", "regalo", "sin gastos" o cualquier fórmula equivalente, si el consumidor o usuario tiene que abonar dinero por cualquier concepto distinto del coste inevitable de la repuesta a la práctica comercial y la recogida del producto;
- crear la impresión falsa, incluso mediante el uso de prácticas agresivas, de que el consumidor o usuario ya ha ganado, ganará o conseguirá un premio o cualquier otra ventaja equivalente si realiza un acto determinado, cuando en realidad no existe tal premio o ventaja equivalente, o la realización del acto relacionado con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeto a la obligación, por parte del consumidor o usuario, de efectuar un pago o incurrir en un gasto;
- etc.

La Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, UNCUMA, resalta que estas conductas desleales se vienen practicando con gran frecuencia por empresas que a través, básicamente, del correo, difunden ofertas enteramente engañosas y fraudulentas, atribuyendo premios millonarios o aparatos electrónicos, incluso mostrándose en la publicidad el remedo de cheque nominativo con la cantidad premiada.

Esta nueva normativa abre la posibilidad para el consumidor de actuar por vía administrativa ante las autoridades de consumo competente y/o judicial a través de acciones de cesación, de remoción, rectificación o resarcimiento, en

algún caso, por los daños y perjuicios ocasionados por dichas conductas desleales.