

CONSULTA Nº 13

SERVICIOS DE TARIFICACIÓN ADICIONAL. SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA.
PERIODO DE GARANTÍA

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Castilla La Mancha plantea específicamente la existencia de alguna limitación bien en cuanto a la utilización como tal del prefijo 906, y si esta no existiera, en cuanto a que la solicitud de este tipo de servicios no es del todo voluntaria, por ejemplo en periodo de garantía y la posible conculcación del principio de total gratuidad de las reparaciones en dicho periodo.

Con relación a las cuestiones que se plantean por la citada Comunidad Autónoma, en torno a la consulta de referencia, cabe formular las siguientes consideraciones:

El derecho del consumidor a un adecuado servicio técnico contemplado por el artículo 11.5 de la Ley 26/84, de 19 de julio de 1984, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios debe interpretarse en un sentido finalista (que la reparación llegue a buen fin, que disponga de útiles de reparación adecuados, que el reparador esté formado, etc.) más que en un aspecto tangencial como puede ser el medio a través del cual el consumidor pueda ponerse en contacto con el servicio técnico, y así lo desarrolla el Real Decreto 58/1988, de 29 de enero, de protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos domésticos, que define como S.A.T. “aquellos establecimientos o personas que, cumpliendo los requisitos reglamentarios establecidos para esta actividad, se dediquen a la reparación, instalación y/o conservación o mantenimiento de aparatos de uso doméstico y presten sus servicios tanto en los locales donde se desarrolla su actividad como en los domicilios de los usuarios” (artículo 1.2.2). No se contempla obligación alguna sobre el deber de estas empresas de tener una delegación provincial de reparación o una cierta proximidad, refiriéndose dicha norma únicamente al S.A.T. como a los servicios que prestan estos establecimientos “... en los locales donde desarrolla su actividad como en los domicilios de los usuarios...” (Esta línea interpretativa es la que se viene siguiendo en el marco de la 8ª Conferencia Sectorial y puede contemplarse, entre otras, en la consulta número 22 de 1999).

Por otra parte, desde el punto de vista de las competencias en materia de telecomunicaciones, consultada al efecto la Subdirección General de Ordenación de las Telecomunicaciones, esta no entra a valorar el fondo de la consulta planteada, señalando que en la aplicación de la norma sectorial hay que analizar caso por caso los números que pudieran denunciarse.

Ahora bien, desde perspectiva de consumo, la utilización por los Servicios de Asistencia Técnica (SAT) de números de teléfono 906 como única forma de contactar con la empresa y solicitar la prestación del servicio de asistencia técnica, no se justifica puesto que el sobrecoste no obedece a la prestación de ningún servicio específico al consumidor que deba ser retribuido mediante la tarificación adicional –siendo, como se ha indicado, el 906 el medio de comunicación con el SAT-.

La utilización de números 906, en tales casos, provoca un incremento de coste innecesario que no responde, como se ha indicado, a la prestación del servicio buscado y solicitado –la asistencia técnica- ni, por tanto, retribuye ningún servicio adicional efectivamente prestado.

Por otra parte, ha de tenerse presente que durante el periodo de garantía la reparación debe de ser totalmente gratuita, dada la expresión que se contempla en el artículo 11.3 de la Ley 26/84, de 19 de julio de 1984, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios "... reparación totalmente gratuita de los vicios o defectos originarios ...", lo que sería incompatible con el sistema de comunicación a través de servicios de tarificación adicional.

En definitiva, el caso que nos ocupa podría considerarse como un supuesto de publicidad engañosa, de acuerdo con lo dispuesto por el Artículo 4 Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de publicidad que define como tal "la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o pueda inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor. Es asimismo engañosa la publicidad que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios". Por ello, dicha práctica podría ser perseguida y sancionada como fraude en virtud del artículo 8 de la Ley 26/84, de 19 de julio de 1984, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y el artículo 3.1.3. del Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agro-alimentaria que estima como fraude aquella "información o publicidad que induzca a engaño o enmascare la verdadera naturaleza del producto o servicio".