



**Gobierno
de La Rioja**

www.larioja.org

Salud

**María Martín
Díez de Baldeón**
Consejera

Excma. Sra. Consejera de Presidencia
Vara de Rey 3
26071 Logroño

Estimada Consejera:

Te remito el Informe enviado por el Servicio de Consumo de la Dirección General de Salud y Consumo.

Un cordial saludo,

Logroño, 6 de octubre de 2016

María Martín Díez de Baldeón
Consejera de Salud





Número:
Expediente:
Referencia: CFC
Fecha: 6/10/2016

Maria Martín Díez de Baldeón
CONSEJERA DE SALUD

Nota Interior

El informe del 19/9/2016 del Consejo Consultivo sobre el anteproyecto de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional dice que *"mayores dudas suscita la omisión del informe del Consejo Riojano de Consumo, que el Servicio Jurídico, en su informe de 22 de junio de 2016, estima que resulta preceptivo... Parece claro que la norma proyectada puede resultar de aplicación a relaciones de carácter mercantil o comercial... esta norma resulte aplicable a campañas dirigidas a los consumidores de los bienes o servicios que puedan prestar aquellas entidades; lo que (en una interpretación amplia) permite, a su vez, situar la norma dentro del ámbito de la aplicación del art. 35.3 de la ley 5/2013, que no se refiere exclusivamente a las disposiciones administrativas generales, sino, más extensamente, a las disposiciones de carácter general", sin distinción de rango....se considera conveniente recabar el informe del Consejo Riojano de Consumo..."*

La definición de empresario del art. 4 del 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 (TRLGDCU) no aclara si el carácter público a que hace referencia para definir al empresario se refiere a la persona del mismo o a la actividad ("toda persona física o jurídica que actúa en el marco de su actividad empresarial, ya sea pública o privada"). En el primer caso, serían empresarios, a los efectos del TRLGDCU, también las personas de Derecho público, es decir, las Administraciones Públicas, en cuanto presten un servicio al ciudadano consumidor. Si, en cambio, el art. 4 TRLGDCU se refiere a que la actividad empresarial o profesional tanto puede ser pública como privada, quedarían al margen las personas de Derecho público y solamente quedarían englobadas las empresas públicas que realizan actividades empresariales o profesionales en el más estricto sentido de la palabra aunque es cierto que la inclusión del objeto de la definición en el texto de la misma ("en el marco de su actividad empresarial") no ayuda a la inclusión de las Administraciones Públicas como prestadoras de bienes y servicios sometidas a la norma. Pero si atendemos a las definiciones clásicas de actividad empresarial como organización de elementos personales, materiales o inmateriales para producir bienes o servicios para el mercado, el carácter público de un servicio no es óbice a su caracterización como empresarial como corroboraría el art. 80.1 del TRLGDCU que se refiere expresamente a las cláusulas o prácticas abusivas unilateralmente impuestas por las Administraciones Públicas.



**Gobierno
de La Rioja**

Existe jurisprudencia contencioso-administrativa con posterioridad a la entrada en vigor del TRLGDCU por la que puede entenderse que existe una relación de consumo con los bienes y servicios realizados las Administraciones públicas de carácter prestacional previa solicitud individual, esto es, dirigidos a satisfacer necesidades de los ciudadanos previa petición individualizada expresa o tácita de éstos, que sean ajenas a su actividad profesional (sanitarios, enseñanza). Lo importante es que la relación de que se trate no se desarrolle a través de un acto de servicio público en el que la Administración sirva al interés general sin destinatario concreto y por lo tanto, sin que pueda individualizarse la parcela de interés individual del usuario.

La Ley 5/2013, de 12 de abril, para la defensa de los consumidores en la Comunidad Autónoma de La Rioja dice en su art. 35.3 que el Consejo Riojano de Consumo (CRC) *será consultado preceptivamente en la tramitación de las disposiciones de carácter general relativas a materias que afecten directamente a los consumidores en los términos establecidos en el artículo 32.1.g) de esta ley* (Derecho de audiencia en el procedimiento de elaboración de disposiciones de carácter general relativas a materias que afecten directamente a los intereses de los consumidores).

El Decreto 35/2013, de 18 de octubre, por el que se regula la composición, estructura y funcionamiento del Consejo Riojano de Consumo en su art. 3.b prevé que una de las funciones del CRC es *emitir informes preceptivos no vinculantes en la tramitación de disposiciones de carácter general relativas a materias que afecten directamente a los consumidores.*

No obstante, considerando que el objeto del Ley de Comunicación y Publicidad Institucional es establecer los principios a los que deberá someterse la comunicación institucional, así como determinar el régimen jurídico al que se someterá la publicidad institucional, en el marco de la normativa básica estatal, entendiéndose por *comunicación institucional* toda actividad de comunicación que sea promovida por los entes sujetos a esta ley, con el objeto de difundir un mensaje común a una pluralidad de destinatarios mediante cualquier formato, soporte o medio y siendo la *publicidad institucional* el acto o conjunto de actos enmarcados en la comunicación institucional que promovidos por los entes sujetos a esta ley se realizan mediante la utilización de formatos, soportes o medios contratados con terceros o cedidos por estos y que, por lo tanto, la comunicación y publicidad institucional persigue la regulación de actos de servicio público que sirvan al interés general y no a “relaciones de consumo” no se cumpliría el requisito esencial de encontrarnos ante una disposición general relativa a una materia que afecte directamente a los consumidores por lo que **no procedería que el CRC emitiera un informe previo ni que este fuera preceptivo.**