

Informe jurídico en relación con el Anteproyecto de ley de modificación de la Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña

Antecedentes

Se presenta ante la Autoridad Catalana de Protección de Datos el Anteproyecto de ley de modificación de la Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña, para la emisión del correspondiente informe.

El Proyecto se acompaña de la Memoria general del Anteproyecto.

Analizado el Anteproyecto de ley, teniendo en cuenta la normativa vigente aplicable, y de acuerdo con el informe de la Asesoría Jurídica informo de lo siguiente:

Fundamentos Jurídicos

(...)

II

En cuanto al marco normativo en el que se sitúa el anteproyecto, es preciso mencionar en primer lugar el artículo 123 del Estatuto de Autonomía de Cataluña que atribuye a la Generalidad la competencia exclusiva en materia de consumo.

Según la Exposición de motivos del Anteproyecto, éste *“incorpora al ordenamiento jurídico catalán y, en cuanto a los aspectos que afectan a las relaciones de consumo, la Directiva (UE) 2019/770 del Parlamento Europeo y de Consejo, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, la Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y de Consejo, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, la Directiva (UE) 2019/2161 relativa a la mejor aplicación y modernización de las normas de protección de los consumidores de la UE modifica la Directiva 2011/83/UE. Las modificaciones radican en un aumento de la protección para los consumidores de la UE en diversas áreas, como las compras en mercados online, la transparencia de la personalización de precios y la clasificación de ofertas online y derechos de consumidor al utilizar servicios online «gratuitos» y la Directiva (UE) 2019/882 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre los requisitos de accesibilidad de los productos y servicios.”*

El Anteproyecto de ley consta de exposición de motivos, de 177 artículos, y dos disposiciones finales.

En la medida en que a raíz de las previsiones de éste se pueda producir un tratamiento de datos de personas físicas, en calidad de empresarias, consumidoras o usuarias, este tratamiento estará sujeto a los principios y garantías de la normativa de protección de datos personales (RGPD y Ley orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de datos personales y garantía de derechos digitales (LOPDGDD)).

De entrada, el artículo 3 del Anteproyecto modifica determinados apartados del artículo 111-2 de la Ley 22/2010 (en adelante, Código de consumo). Entre otros, el Anteproyecto se refiere específicamente a las "personas consumidoras y usuarias" (apartado a), a "personas consumidoras vulnerables" (apartado c), ya la "persona empresaria" (apartado d).

Por lo que respecta específicamente a las personas consumidoras vulnerables, cabe decir que la previsión del artículo 111-1.c) en su nueva redacción, recoge la especial protección que estas personas deben tener según la Directiva 2019/2161, citada (considerante 54). Cabe decir que también la Ley estatal 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, se refiere específicamente a las personas consumidoras vulnerables (art. 1), en términos similares a los del Anteproyecto.

El Anteproyecto tiene por objetivo integrar en el ordenamiento catalán las Directivas mencionadas, que en el ámbito que nos ocupa se remiten expresamente al RGPD (art. 3.8 Directiva 2019/770, o considerando 33 Directiva 2019/2126), haciendo recordar que el tratamiento de datos personales, en este caso, en el ámbito de las relaciones de consumo, debe regirse por el RGPD.

Desde la perspectiva de la protección de datos personales, debe tenerse presente que la normativa prevé una especial protección para determinadas categorías de datos y, en su caso, para determinados colectivos de personas, como puedan ser los menores (arts. 9 y 12 RGPD), y prestar especial atención al tratamiento de datos de colectivos vulnerables (considerando 75 RGPD, o arts. 28.2 y 97.1.a) LOPDGDD).

En concreto, el artículo 28.2.e) del LOPD referido a las obligaciones generales del responsable y el encargado del tratamiento, establece que para la adopción de medidas técnicas y organizativas deben tenerse en cuenta los riesgos mayores que podrían producirse en determinados supuestos, entre otros, *"Cuando se lleve a cabo el tratamiento de datos de grupos de afectados en situación de especial vulnerabilidad y, en particular, de menores de edad y personas con discapacidad."*

El concepto de personas consumidoras vulnerables empleado por el Anteproyecto se alinearía, desde la perspectiva de los derechos de las personas consumidoras con estas previsiones de la normativa de protección de datos.

En este contexto, el artículo 6 del Anteproyecto modifica el artículo 121-3 del Código de consumo, que quedaría redactado como sigue:

"Los derechos de las personas consumidoras vulnerables son objeto de una atención especial y preferente por parte de los poderes públicos, de acuerdo con lo que establecen esta ley, las disposiciones que la desplieguen y el resto del ordenamiento jurídico."

III

El artículo 30 del Anteproyecto, modifica el artículo 132-2 del Código de consumo, con la siguiente redacción:

“1. La mediación de consumo está presidida por los principios de voluntariedad, imparcialidad y neutralidad de la persona mediadora, confidencialidad y buena fe, universalidad, transparencia y territorialidad.

(...)

4. La persona mediadora y las partes tienen la obligación de no desvelar las informaciones que conozcan como consecuencia del procedimiento de mediación, así como la obligación de actuar de acuerdo con las exigencias de la buena fe. Sin embargo, la persona mediadora no está sujeta al deber de confidencialidad y está obligada a informar a las autoridades competentes de los datos que puedan revelar la existencia de hechos delictivos perseguibles de oficio.

(...).”

El tratamiento de datos personales debe dar cumplimiento a los principios de la normativa, entre otros, el principio de integridad y de confidencialidad (artículo 5.1.f) RGPD).

Según dispone el artículo 5 de la LOPDDDD:

“1. Los responsables y encargados del tratamiento de datos así como todas las personas que intervengan en cualquier fase de éste estarán sujetas al deber de confidencialidad a lo que se refiere el artículo 5.1.f) del Reglamento (UE) 2016/679.

2. La obligación general señalada en el apartado anterior será complementaria de los deberes de secreto profesional de conformidad con su normativa aplicable.

(...).”

Por tanto, ninguna duda puede haber que las personas mediadoras se encuentran sometidas al deber de confidencialidad y de mantenimiento de la reserva respecto a los datos personales que conozcan por su trabajo, como lo está cualquier otro profesional que interviene en el tratamiento de datos personales .

Cuestión distinta es que las personas mediadoras a las que se refiere el Anteproyecto, en determinadas circunstancias, puedan estar obligadas por un deber de denuncia, previsto en la normativa, respecto a determinados hechos presuntamente delictivos.

Cabe decir que, en su redacción actual, el Código de consumo ya hace referencia a que *“la persona mediadora no está sujeta al deber de confidencialidad y está obligada a informar a las autoridades competentes de los datos que puedan revelar la existencia de hechos delictivos perseguibles de oficio.”* (art. 132-2.5 Código de consumo).

Ahora bien, vista la redacción de este artículo en el Anteproyecto, cabe señalar que la redacción del artículo 132-2, apartado 4, del Código de consumo (art. 30 Anteproyecto) no ha recogido esta previsión de forma completa (con respecto a la excepción derivada del conocimiento de delitos perseguibles de oficio), que resulta plenamente justificada y que conviene que esté recogida en una

norma con rango de ley. Además, debe tenerse en cuenta que el deber de secreto deberá mantenerse incluso una vez finalice la relación jurídica con quien lo ha nombrado.

Por eso, se propone la siguiente redacción:

“4. La persona mediadora y las partes tienen la obligación de no desvelar las informaciones que conozcan como consecuencia del procedimiento de mediación, así como la obligación de actuar de acuerdo a las exigencias de la buena fe. La persona mediadora está sujeta al deber de confidencialidad, incluso una vez finalizada su relación jurídica, sin perjuicio, en su caso, del deber de denuncia en relación con hechos delictivos perseguibles de oficio.”

IV

El artículo 52 del Anteproyecto modifica el artículo 221-2 del Código de consumo, relativo a la *"Información a las personas consumidoras en las relaciones de consumo a distancia y fuera de establecimiento mercantil."*

Cabe decir que el contenido de este artículo 221-2, modificado en el Anteproyecto, recoge diversas previsiones del artículo 4 de la Directiva 2019/2161.

Entre otros, el citado artículo 221-2.1.d) prevé que *"(...) en su caso, debe informarse que el precio se ha establecido de forma personalizada sobre la base de toma de decisiones automatizadas."* (previsión que también se recoge en el artículo 97.1.f) 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 de otras leyes complementarias ((RDL 1/2007).

Esta previsión es coherente con las previsiones de los artículos 13.2.f) y 14.2.g) RGPD, según las cuales es necesario informar a los afectados de la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles (art. 22 RGPD), y de las consecuencias del tratamiento para los afectados.

Por tanto, por la relevancia del derecho previsto en el artículo 22 RGPD, se debe valorar positivamente la referencia del artículo 221-2.1.d) introducida en el Anteproyecto.

V

El artículo 86 del Anteproyecto modifica el artículo 321-4.2, relativo a la *"colaboración con la inspección"*, aunque sin introducir cambios sustanciales. Este artículo queda redactado como sigue:

“2. Las personas empresarias deben facilitar al personal inspector la información y documentación solicitada para el ejercicio de sus funciones, incluidos los datos de carácter personal sin consentimiento de terceros, de acuerdo con lo que establece la normativa de protección de datos de carácter personal.”

De entrada, y teniendo en cuenta, entre otros, el principio de minimización (art. 5.1.c) RGPD), es necesario valorar positivamente el mantenimiento de la referencia expresa a la normativa de

protección de datos en relación con la información que puede requerir el personal inspector a las personas empresarias. En cualquier caso debe entenderse esta referencia como aplicable a todos los datos personales, sometidos al RGPD, que puedan ser objeto de comunicación.

Dentro del mismo Título II del Código de consumo relativo a la inspección, el Anteproyecto también modifica, entre otros, el artículo 322-2 del Código, referido a las "*Facultades del personal inspector*" (art. 88 del Anteproyecto).

Parte del contenido de este artículo mantiene la redacción actual del Código de consumo (apartados e), f) og) del art. 322-2.1 Código), mientras que en otros apartados se amplían las previsiones de acceso del personal inspector a documentos, datos o información relacionada con presuntas infracciones (apartados a), b) c), entre otros, de el arte. 322-2.1 Código). Los apartados h), i) yj) de este artículo son de nueva incorporación.

En concreto, hacemos notar que el apartado i) de este artículo, queda redactado como sigue:

*"i) Requerir a **cualquier persona física o jurídica** que proporcione toda la información, dato o documento pertinente en cualquier forma o formato y con independencia del soporte o el lugar donde esté almacenada incluso el rastreo de los flujos financieros y de datos, la identidad de las personas implicadas, la información sobre cuentas bancarias y la titularidad de sitios web con el fin de determinar las presuntas irregularidades y su alcance. (...)."*

Si bien es cierto que la capacidad de requerimiento de información debe reconocerse a la inspección en términos necesariamente amplios, debe tenerse en cuenta que los términos en los que se configura en este artículo (por ejemplo por las referencias a los rastreos flujos financieros y de datos) podrían entrar en colisión con otros derechos como los derivados del secreto de telecomunicaciones o, incluso, el secreto bancario. Por tanto se recomendaría concretar, en la medida de lo posible, el alcance, los supuestos y condiciones en que deberían ser posibles estos accesos a la información.

VI

Por último, el artículo 107 del Anteproyecto, modifica el artículo 333-9 del Código de consumo, referido a la "*Publicidad de las sanciones*", que quedaría redactado en los siguientes términos:

- "1. Las sanciones que han adquirido firmeza pueden ser publicadas, por motivos de ejemplaridad y transparencia, en cualquier momento anterior a la prescripción de la sanción establecida en el artículo 335-2.*
- 2. La publicidad de la sanción podrá realizarse por cualquier medio, tanto de forma individualizada como agrupada, por materias, geográficamente por motivos o infracciones, o cualquier otro concepto que se considere relevante.*
- 3. La publicidad de las sanciones, debe respetar en cualquier caso, la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal."*

Notemos que el Real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que aprueba la Ley general de consumidores y usuarios, prevé en el artículo 50 que las administraciones públicas competentes pueden acordar, como sanción accesoria, entre otros (apartado 2):

*“2. La publicidad de las sanciones leves y graves impuestas, cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, así como los números, cogidos, denominación o razón social de las personas naturales o jurídicas responsables y la índole y naturaleza de las infracciones, **siempre que concurra** riesgo para la salud o seguridad de los consumidores y usuarios, reincidencia en infracciones de naturaleza análoga o acreditada intencionalidad en la infracción.”*

De entrada, hacemos notar que tanto el Anteproyecto como el artículo 50.1 del RDL 1/2007 contemplan una habilitación para publicar las sanciones, pero no una obligación de publicarlas en todos los casos.

En cualquier caso, el RDL 1/2007 limita la posibilidad de publicación de sanciones leves o graves (incluidos datos identificativos de personas físicas responsables), a la concurrencia de un riesgo para la salud o la seguridad de los consumidores y usuarios, reincidencia o la existencia de intencionalidad en la infracción (art. 50.2) o lleven causa en la difusión de contenidos racistas, xenófobos, sexistas, LGTBfóbicos, denigrantes o discriminatorios (introducido por la Disposición final séptima.1 de la Ley 15/2022).

De entrada, se valora positivamente que el Anteproyecto prevea que la publicidad de la sanción puede realizarse de forma individualizada o agrupada, de modo que hay que entender que no necesariamente se publicarán datos personales en todos los casos, así como la previsión de que la publicidad de las sanciones debe respetar la normativa de protección de datos (art. 333-9.3).

En cualquier caso, desde la perspectiva del principio de minimización, sería recomendable acotar los supuestos en los que se puede aplicar esta medida accesoria, ya sea de acuerdo con los elementos explicitados en el artículo 50.2 RDL 1/2007 (concurrencia de riesgo por la salud o seguridad, reincidencia o intencionalidad, ...), u otros factores que lo justifiquen.

Conclusión

Examinado el Anteproyecto de Ley de modificación de la Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña, se considera adecuado a la normativa de protección de datos, siempre que se tengan en cuenta las consideraciones hechas en este informe .

Barcelona, 22 de julio de 2022