



Documento de trabajo

SEMINARIO PERMANENTE DE CIENCIAS SOCIALES

PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES Y DERECHO A LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS LEYES DE COMERCIO DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS TRAS LA LEY 29/2009

M^a Ángeles Zurilla-Cariñana

SPCS Documento de trabajo 2011/1

<http://www.uclm.es/CU/csociales/DocumentosTrabajo>

© de los textos: sus autores.

© de la edición: Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca.

Autor:

M^a Ángeles Zurilla Cariñana

Maria.Zurilla@uclm.es

Edita:

Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca

Seminario Permanente de Ciencias Sociales

Codirectora: Silvia Valmaña Ochaíta

Codirectora: María Cordente Rodríguez

Secretaria: Pilar Domínguez Martínez

Avda. de los Alfares, 44

16.071–CUENCA

Teléfono (+34) 902 204 100

Fax (+34) 902 204 130

<http://www.uclm.es/CU/csociales/DocumentosTrabajo>

I.S.S.N.: 1887-3464 (ed. Cd-Rom) 1988-1118 (ed. en línea)

D.L.: CU-532-2005

Impreso en España – Printed in Spain.

PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES Y DERECHO DE INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS LEYES DE COMERCIO DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS, TRAS LA LEY 29/2009

M^a Ángeles Zurilla-Cariñana¹

Catedrática de Derecho Civil, Universidad de Castilla-La Mancha

RESUMEN

La Ley 29/2009 modifica el régimen legal de la competencia desleal y la publicidad ilícita, transponiendo al ordenamiento español la Directiva 29/2005 sobre Prácticas Comerciales Desleales. El trabajo analiza el modo defectuoso en que la Ley 29/2009 ha adaptado la legislación española a esta Directiva, especialmente en lo relativo a las obligaciones de información impuestas en las prácticas comerciales que incidan sobre las características de los productos o servicios. La defectuosa técnica legislativa utilizada, sobre la base de remisiones entre leyes diversas, origina al intérprete perplejidad y confusión. Así mismo genera numerosas dudas sobre la incidencia que esta la Ley 29/2009 y la propia Directiva tienen sobre la prolífica normativa de las Comunidades Autónomas sobre esta cuestión.

Palabras clave: derecho a la información; prácticas comerciales desleales; prácticas comerciales engañosas; omisiones engañosas.

Indicadores JEL: I10, K10, K32.

ABSTRACT

Law 29/2009 changed the legal situation of unfair competition and illegal advertising, adopting Directive 29/2005 on Unfair Trade Practices into Spanish legislation. This study examines the deficient way in which Law 29/2009 adapted Spanish legislation to this directive, especially with regard to the information obligations imposed on trade practices related with the features of products or services.

¹ Maria.Zurilla@uclm.es

The deficient legislative technique used, based on cross-references between various laws, confuses and perplexes interpreters. It also raises numerous doubts about the effect this Law 29/2009 and the original directive have on the prolific legislation of the Spanish regions on the matter.

Key words: right to information; unfair trade practices; deceptive trade practices; deceptive omissions.

JEL-codes: I10, K10, K32.

1. INTRODUCCIÓN

La Directiva 2005/29/CE, de 11 de mayo, plantea como uno de sus objetivos principales la aproximación de las leyes de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales, incluida la publicidad desleal. Aborda las prácticas comerciales que influyen directamente en las decisiones de los consumidores sobre transacciones relacionadas con productos, prohibiendo con carácter general las prácticas desleales que distorsionen su comportamiento económico. El artículo 2 d) de la Directiva considera práctica comercial “todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionados con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores”. De acuerdo con el artículo 4.2 LCD, se entiende por comportamiento económico del consumidor o usuario toda decisión por la que éste opta por actuar o por abstenerse de hacerlo en relación con: a) La selección de una oferta u oferente. b) La contratación de un bien o servicio, así como, en su caso, de qué manera y en qué condiciones contratarlo. c) El pago del precio, total o parcial, o cualquier otra forma de pago. d) La conservación del bien o servicio. e) El ejercicio de los derechos contractuales en relación con los bienes y servicios.

Esta prohibición general se desarrolla mediante normas sobre los dos tipos más frecuentes de cláusulas en dichas transacciones: las engañosas y las agresivas.

Los tipos de deslealtad establecidos por la Directiva constituyen normas de máximo, las SSTJCE de 23 de abril de 2009 y 14 de enero de 2010 dejan claro el carácter de máximo de esta Directiva. En nuestro Derecho resulta de interés la STC de 4 de mayo de 2009, que declara inconstitucional la limitación temporal de descuentos promocionales establecida en la Ley de Comercio de Cantabria. No pueden ser superadas ni desarrolladas por los estados miembros, no existiendo otras prácticas comerciales desleales distintas de las que establece la propia Directiva, ni otras conductas prohibidas en las relaciones con consumidores que las que merezcan la calificación de prácticas comerciales desleales (considerando 9, 14, 15, art. 1.5). El Anexo I de la Directiva establece un listado de prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia. Se presumen desleales sin posibilidad de prueba en contra. Los Estados podrán mantener prohibiciones adicionales a las que establece la Directiva solamente por razones de “buen gusto o decoro”, no por otras distintas (considerando 7). También podrán mantener o añadir requisitos de información relacionada con *el Derecho contractual* y con las repercusiones en el ámbito del Derecho contractual, si lo autorizan las normas mínimas del Derecho comunitario, con la finalidad de garantizar un mayor nivel de protección de los derechos contractuales individuales de los consumidores (considerando 15).

La Ley 29/2009, de 30 de diciembre, transpone a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva 2005/29/CE, modificando el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. La transposición de esta Directiva consumerista se realiza mediante una profunda modificación de una norma de Derecho privado: la Ley de Competencia Desleal (en adelante LCD) lo que origina, junto con otras circunstancias que analizaremos más adelante, profundos desajustes y dificultades de interpretación. También experimentan reformas de importancia otras normas (cfr., Ley de Ordenación del Comercio Minorista de 1996). A los efectos de este trabajo, me centraré básicamente en las que se refieren a la ya mencionada LCD y también al Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios -en adelante TRLGDCU-.

La modificación del TRLGDCU, tiene como finalidad establecer claramente en él (tal como revela el Preámbulo de la Ley 29/2009) que, conforme a la preeminencia del Derecho comunitario, las prácticas comerciales de los empresarios dirigidas a los consumidores se rigen *únicamente* por lo dispuesto en la Ley de Competencia Desleal y

en el propio Texto Refundido, sin que quepa imponer a los empresarios o profesionales otras obligaciones, exigencias o prohibiciones distintas de las previstas en dichas normas, cuando el título en que éstas se fundan es la protección de los legítimos intereses de los consumidores . El TRLGDCU contiene tres excepciones a esta regla: La regulación específica dictada por razones ajenas a la protección de los legítimos intereses de los consumidores -las relativas a las salud y seguridad de los consumidores, incluidas las relativas a seguridad de bienes o servicios-; las reglas concretas que regulan las prácticas comerciales en leyes que sean transposición directa de Directivas comunitarias específicas dictadas en materia de protección de consumidores; y las disposiciones más protectoras que puedan dictarse en materia de servicios financieros o bienes inmuebles (cfr. art., 19).

En consecuencia, tras la reforma, la tipificación de las conductas prohibidas en Derecho de consumo, relativas a las prácticas comerciales desleales, se hace directamente por el legislador estatal, con base en su competencia exclusiva para regular el Derecho Mercantil, concretamente, a través de la LCD a la que remite en pleno el TRLGDCU. La razón que subyace tras esta opción del legislador es clara: sólo de esta manera se puede evitar que las Comunidades Autónomas hagan valer una competencia normativa de desarrollo de la protección de consumidores y usuarios (Carrasco, 2009).

En las páginas que siguen, veremos, sin embargo, que esta finalidad no queda totalmente clara en la ley española debido a que la transposición de la misma se ha realizado en nuestro país con una gran complejidad, que produce dificultades importantes de interpretación, al hacerse remisiones cruzadas entre la LCD y el TRLGDCU, que originan en numerosas ocasiones confusión, e, incluso, perplejidad.

Analizaremos también cómo se contempla en estas leyes el derecho a la información del consumidor y la incidencia que las mismas, y la propia Directiva, tienen en la normativa de protección de los consumidores de las Comunidades Autónomas.

2. PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES Y DERECHO A LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA LEY DE COMPETENCIA DESLEAL Y EL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

El artículo 4 de la LCD, tras la redacción dada por la Ley 29/2009, delimita la cláusula general de deslealtad en las relaciones con consumidores reputando desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe. Considera opuesto a tal principio aquel comportamiento, contrario a la diligencia profesional, que distorsione o pueda distorsionar de manera significativa (sustancial) el comportamiento del consumidor medio o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica (si ésta va dirigida a un grupo de consumidores concreto). Se entiende que se produce tal distorsión en el caso de que se merme de manera apreciable la capacidad del consumidor para adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa, haciéndole tomar una decisión que de otro modo no hubiera tomado. La información engañosa o la omisión de dicha información son esenciales a tales efectos. El derecho a la información del consumidor se considera básico no sólo en la legislación estatal -art. 8. d) TRLGDCU- sino también en las numerosas normas, tanto estatales como autonómicas -cfr., el propio artículo 11 Estatuto del Consumidor de Castilla La Mancha- que protegen los derechos de aquel, cuyo estudio excede del propósito de este trabajo. En la base del reconocimiento y protección de este derecho subyace que solamente con una información veraz y clara puede llegarse a una adecuada formación del consentimiento contractual.

La cláusula general de deslealtad del artículo 4 LCD se agota en los supuestos de los artículos 5 a 8 y en los de los artículos 20 a 31 LCD. Los artículos 5 a 8 LCD contienen los tipos básicos, estando contenidas las modalidades de desarrollo en los artículos 20 (prácticas engañosas por confusión a los consumidores); 21 (prácticas engañosas sobre códigos de conducta o distintivos de calidad); 22 (prácticas señuelo y prácticas promocionales engañosas); 23 (prácticas engañosas sobre la naturaleza y propiedades de los bienes y servicios, su disponibilidad y servicios posventa); 24 (prácticas de venta piramidal); 25 (prácticas por confusión); 26 (prácticas comerciales encubiertas); 27 (otras prácticas engañosas); 28 (prácticas agresivas por coacción); 29 (prácticas agresivas por acoso); 30 (prácticas agresivas en relación con los menores); 31 (otras prácticas agresivas).

Ello significa que no pueden establecerse otras prohibiciones residuales de conductas desleales que no se encuentren contempladas en las normas de desarrollo.

La calificación de las prácticas comerciales como desleales y de las omisiones como engañosas, en la LCD, tras la reforma, tiene como presupuesto básico la falsedad de la información (artículo 5) o la ocultación de ésta, cuando es precisa para adoptar una decisión con el debido conocimiento de causa (artículo 7). De acuerdo con la Directiva (artículo 7.5) se considerarán sustanciales los requisitos establecidos por el Derecho comunitario en materia de información relacionadas con las comunicaciones comerciales, con inclusión de la publicidad o la comercialización (al Anexo II de la Directiva contiene una lista no exhaustiva de éstos).

En esta línea la LCD, considera prácticas comerciales engañosas las que contienen informaciones falsas, susceptibles de alterar el comportamiento del consumidor, o información, que, aun siendo verdadera, induzca o pueda inducir a error sobre alguno de los elementos o extremos a que se refiere e incidan en los aspectos que enumera (existencia del bien o servicio; características principales de éste; asistencia posventa al cliente y tratamiento de reclamaciones; alcance de los compromisos del empresario o profesional; precio o modo de fijación; la necesidad de un servicio o una pieza, sustitución o reparación; derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr), -artículo 5-.

De omisión engañosa se califica la omisión u ocultación de información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. Se considera desleal por engañosa, así mismo, la información poco clara, ininteligible, ambigua, la que no se ofrece en el momento adecuado, o cuyo propósito comercial no se da a conocer, salvo que resulte del contexto. Éste deberá tenerse en cuenta para determinar el carácter engañoso del acto (art. 7 LCD). La omisión de información sólo se considerará engañosa cuando concurren las circunstancias que establece este precepto, no constituyendo la mera omisión de información por principio una conducta comercial engañosa. También se considera que una práctica comercial es engañosa cuando es agresiva. El art. 8 LCD considera desleal todo comportamiento que teniendo en cuenta sus características y circunstancias, sea susceptible de mermar de manera significativa, mediante acoso, coacción, incluido el uso de la fuerza, o influencia indebida, la libertad

de elección o conducta del destinatario en relación al bien o servicio y, por consiguiente, afecte o pueda afectar a su comportamiento económico. A estos efectos, se considera influencia indebida la utilización de una posición de poder en relación con el destinatario de la práctica para ejercer presión, incluso sin usar fuerza física ni amenazar con su uso.

De establecer la información necesaria que ha de recibir el consumidor o usuario se ocupa el nuevo artículo 20 del TRLGDCU, que establece el contenido mínimo de la información comercial positiva en las prácticas comerciales que incluyan información sobre las características del bien o servicio. De acuerdo con este precepto dichas prácticas deben contener, si no se desprende claramente del contexto, *al menos* la siguiente información: nombre comercial, características esenciales del bien o servicio de forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado; precio final completo, incluidos los impuestos, incrementos o descuentos que sean de aplicación, y gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario; si no es posible fijar el precio con exactitud, al menos, base de cálculo que le permita al comprador comprobar el precio; procedimientos de pago, plazo de entrega e ejecución del contrato; sistema de tratamiento de reclamaciones; en su caso, existencia de derecho de desistimiento (art. 20. 1). El incumplimiento de lo dispuesto en este apartado se considerará *en todo caso práctica desleal por engañosa*.

La comparación entre este precepto y el artículo 5 LCD pone de relieve la discordancia entre ambos:

La omisión de la información requerida en el artículo 20 TRLGDCU constituye competencia desleal por engaño, como se acaba de decir. Sin embargo, de acuerdo con lo previsto en el artículo 5 LCD la información engañosa sólo constituirá competencia desleal cuando incida sobre los aspectos que en él se mencionan, que son adicionales sobre los extremos sobre los que debe suministrarse información a los consumidores. Esto es importante, porque tales aspectos, en la medida en que excedan del artículo 20, *no tienen que figurar necesariamente en la información que se facilite al consumidor, pero, si se proporcionan, constituirán actos de competencia desleal si son engañosos* (Carrasco, 2009).

La falta de congruencia de la legislación española va más allá si se compara el artículo 20 TRLGDCU con el artículo 7 de la LCD. En él se formula, según hemos visto, el régimen básico de las omisiones engañosas del artículo 7 de la Directiva, pero no detalla qué información debe suministrarse con carácter de sustancial. Lo hace, como acabamos de ver, el artículo 20, que reproduce con bastante aproximación la lista de la Directiva. Este artículo 7 de la misma establece, en materia de omisiones engañosas, el carácter decisivo de la omisión o falseamiento de la información sustancial. El apartado 4 considera como única información merecedora de ser considerada como tal la contenida en la lista cerrada la información allí detallada (la relativa a las características principales del producto; dirección geográfica e identidad del comerciante; precio, incluidos los impuestos, o forma de determinación; procedimientos de pago; la existencia del derecho de revocación o cancelación).

Sin embargo, obsérvese que la lista que contiene este artículo no es cerrada, por cuanto establece que las prácticas comerciales a que se refiere contendrán, *al menos*, la información que enumera.

Ello nos lleva a plantearnos si las normas de desarrollo pueden imponer obligaciones específicas de información antes o con ocasión de una oferta de venta, o tienen necesariamente que limitarse a repetir el mandato del mencionado artículo 7 de la Directiva. Considero que la respuesta ha de ser afirmativa, con las matizaciones que se realizarán en el siguiente epígrafe, y pueden imponerse esas obligaciones específicas. Ahora bien, esa regulación sólo será admisible si la información a que se refieren es sustancial y determinante de la obligación de compra, de acuerdo con el sentido de la Directiva. Será necesario, por tanto, llevar a cabo una ponderación singularizada de la regulación de desarrollo cuando ésta imponga deberes de este tipo.

En cualquier caso, no hay que perder de vista que, tal como se dijo en la introducción, la Directiva tiene como objetivo impedir la imposición incondicional de deberes de información al empresario, pero no limita la competencia de los Estados para imponer deberes contractuales específicos. Lo que no podría hacer el legislador es imponer como obligatoria la información referente a estos deberes, salvo que se tratase de una información sustancial y decisiva para la celebración del contrato, tal como exige la Directiva (Carrasco, 2007).

3. INCIDENCIA DE LA DIRECTIVA 2005/29 EN LAS LEYES DE CONSUMO DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

La importancia del derecho a la información del consumidor ha determinado que sean abundantes las normas, tanto estatales como autonómicas que imponen deberes de información a empresarios en relación con los bienes o servicios ofertados. La Directiva 2005/29 y su transposición a nuestro ordenamiento plantea dos cuestiones ya apuntadas: la relativa a la competencia de las Comunidades Autónomas para establecer deberes de información y la que atañe a la medida en que dicha normativa se verá afectada.

Como decíamos en el epígrafe anterior la LCD, tras la reforma introducida por la Ley 29/2009, tipifica las conductas prohibidas relativas a las prácticas comerciales desleales. Lo hace sobre la base de la competencia exclusiva del legislador estatal para regular el Derecho mercantil. Como consecuencia de ello las Comunidades Autónomas no podrán tipificar o prohibir prácticas comerciales desleales, ni imponer deberes de información sobre la base de una competencia exclusiva para regular el régimen de protección consumidores o del comercio interior.

Sin embargo, la complejidad del sistema de transposición de la Directiva por la Ley 29/2009 produce situaciones ciertamente paradójicas: la Disposición Final Segunda número 3 de la Ley 29/2009, otorga a los artículos 19 y 20 TRLGDCU carácter básico, o lo que es lo mismo, susceptible de ser desarrollado por las Comunidades Autónomas. Concretamente el artículo 19 impone el respeto de los legítimos intereses económicos y sociales de consumidores y usuarios de acuerdo con lo establecido en el TRLGDCU, *aplicándose además*, lo previsto en las leyes civiles, mercantiles y las demás normas comunitarias, estatales y autonómicas que resulten de aplicación (apartado 1). El apartado 2 remite en respeto de aquellos intereses a la LCD y a la de Ordenación del Comercio Minorista en relación con las prácticas comerciales dirigidas a consumidores y usuarios. El apartado tercero, de acuerdo con el tenor de la Directiva, establece que no tendrán la consideración de prácticas comerciales las relaciones de naturaleza contractual, que se regirán por lo establecido en el artículo 59 del TRLGDCU.

En consecuencia, una norma autonómica que impusiera contenidos comerciales superiores al contenido del artículo 20 no infringiría la normativa estatal. En primer lugar, por ser básica, no exclusiva. En segundo lugar porque el artículo 20 no es

exhaustivo (emplea la expresión “al menos”). Sin embargo, esa regulación autonómica que no sería contraria a la normativa estatal, sí vulneraría el artículo 7.4 de la Directiva.

Como destaca Carrasco Perera, el resultado puede producir perplejidad pero incontestable: los artículos 19 y 20, en su redacción actual, no derogan ni obligan a las Comunidades Autónomas a derogar ninguna normativa de desarrollo relativa a las menciones que deban contenerse en la información obligatoria a suministrar por los empresarios en las prácticas comerciales con consumidores (Carrasco, 2010). De gran interés resulta el estudio pormenorizado que hace este autor sobre la compatibilidad con la Ley 29/2009 de un conjunto de normas autonómicas castellano-manchegas, que imponen al empresario la exhibición de un cartel informativo sobre los bienes o servicios ofrecidos al consumidor (Carrasco, 2010).

Ciertamente, las CC.AA. no están vinculadas por las Directivas y éstas no obligan sino a través de la legislación estatal que las desarrolla, hasta que el TJCE se pronuncie sobre la eventual contrariedad de la ley estatal a Derecho comunitario. A pesar de ello considero que la información no debería exceder en su contenido de lo que establece el artículo 20. 1, por razones de pura lógica jurídica.

En cualquier caso, de acuerdo con el artículo 3. 5 de la Directiva, hasta 2013 podrá mantenerse cualquier norma autonómica que hubiera desarrollado normas de las Directivas comunitarias consumeristas con niveles mayores de protección que los contenidos en estas Directivas. Por tanto, hasta esa fecha no existe problema para que los Estados miembros puedan seguir aplicando aquellas disposiciones.

Aunque excede del propósito del presente trabajo, no me resisto a hacer siquiera una breve referencia a las cuestiones relacionadas con la potestad sancionadora en esta materia.

A pesar de que la Ley 29/2009 no establece qué autoridades serán las competentes para sancionar los actos comerciales desleales, lo serán, sin duda alguna, las autonómicas. Así resulta del artículo 49 TRLGDCU, tras la reforma de 2009, añade un apartado 1, que considera el uso de prácticas comerciales desleales con consumidores, como infracciones del régimen de consumo. Su tipificación, sin embargo, se hace mediante la remisión a la LCD, que cataloga cuáles son esas prácticas comerciales desleales. Esta circunstancia produce una consecuencia que causa

perplejidad: los consumidores podrán también ejercitar las acciones correspondientes en materia de competencia desleal *ante los juzgados de lo mercantil cuando resulten directamente perjudicados* (cfr. art. 33.1 LCD). Tales acciones son las de cesación, remoción, rectificación y resarcimiento. Esta es la consecuencia de la regulación de las prácticas comerciales desleales desde el doble frente del régimen mercantil de la competencia desleal y del régimen administrativo de la protección de los consumidores. A juicio de BUSTO LAGO considera este autor que los legisladores autonómicos podrán tipificar como infracciones administrativas de consumo todas las prácticas comerciales prohibidas tanto en la LCD como en el artículo 20 TRLGDCU (Busto, 2006).

Finalmente no hay que olvidar que también podrán ejercitar en la jurisdicción común y a través del procedimiento común las acciones de cumplimiento, nulidad, resolución de los contratos y de resarcimiento de daños y perjuicios por incumplimiento contractual. Así se desprende del artículo 19.2 TRLGDCU, que tras la nueva redacción, establece que “no tienen la consideración de prácticas comerciales desleales las relaciones de naturaleza contractual”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUSTO LAGO, J.M. (2009). “Comentario al artículo 19 en *“Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios”* (R. Bercovitz –Coordinador-). Pamplona: Editorial Aranzadi. (pp. 273-274).

CARRASCO PERERA, A. (2007). “La Directiva 29/2005 y la normativa de protección de los consumidores en Castilla La Mancha”, www.cesco.es (*Sección, Trabajos de los investigadores*).

CARRASCO PERERA, A. (2009). “Modificación del régimen de la competencia desleal y protección de los consumidores en lo relativo a las prácticas comerciales desleales.”, www.cesco.es (*Sección trabajos de los investigadores*).

CARRASCO PERERA, A. (2009). “Proyecto de Ley de modificación del régimen de la competencia desleal para mejorar la protección de consumidores I: Derecho de la

competencia y Derecho de consumo”, www.cesco.es (*Sección Trabajos de los Investigadores*).

CARRASCO PERERA, A. (2010). “Eficacia de la Ley estatal 29/2009 sobre la reglamentación autonómica que impone la obligatoriedad de carteles informativos con determinada información referente a precios de servicios, hojas de reclamaciones y horarios comerciales”, www.cesco.es (*Sección trabajos de los investigadores*).

CARRASCO PERERA, A. (2010). “Las competencias autonómicas sobre la información precontractual en el marco de la Directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales”, www.cesco.es (*Sección trabajos de los investigadores*).

FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, P. (2004). *Pubblicità occulta e product placement*. Padova: Ed. Cedam.

MASSAGUER FUENTES, J. (2006). *El nuevo Derecho contra la competencia desleal*. Madrid: Editorial Civitas.

TATO PLAZA, A.; FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, P. y HERRERA PETRUS, C. (2010). *La reforma de la Ley de Competencia Desleal*. Madrid. Editorial: LA LEY.

ZURILLA CARIÑANA, M.A. (2010). “Son conformes a la Directiva de Prácticas comerciales desleales las leyes de comercio de las Comunidades Autónomas?. El caso de Castilla La Mancha”, www.cesco.es (*Sección Trabajos de los Investigadores*).