****

**Informe del CERMI de contenidos de discapacidad y accesibilidad de la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica**

El pasado día 1 de marzo de 2022, el Boletín Oficial del Estado publicaba la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica (<https://www.boe.es/boe/dias/2022/03/01/pdfs/BOE-A-2022-3198.pdf>), texto legal que contiene diversos preceptos regulatorios favorables a las personas con discapacidad en su condición de consumidoras y usuarias de bienes, productos y servicios, debidas a la acción propositiva y de incidencia del CERMI, asumidas por el Legislador. En este informe se recopilan y explican las más relevantes.

Así, la nueva Ley, que ya ha entrado en vigor, incorpora una disposición adicional primera sobre etiquetado inclusivo, que establece que “el Gobierno, en el plazo de un año desde la entrada en vigor de esta ley, desarrollará reglamentariamente un etiquetado en alfabeto braille, así como en otros formatos que garanticen la accesibilidad universal de aquellos bienes y productos de consumo de especial relevancia para la protección de la seguridad, integridad y calidad de vida, especialmente de las personas ciegas y con discapacidad visual como personas consumidoras vulnerables”.

Llega así al ordenamiento jurídico por vez primera el deber de incluir el braille al etiquetado de productos de consumo, para lo cual el Gobierno deberá aprobar un real decreto de desarrollo, en el que se determinarán el tipo de bienes afectados y las condiciones en que deberá efectuarse, todo ello en el plazo de un año desde la entrada en vigor.

Para elaborar el proyecto de real decreto que ordena la Ley, el ministerio de Consumo y el CERMI, con la participación de la ONCE, van a constituir un grupo de trabajo que avance en la preparación de la norma reglamentaria.

Con carácter general, la nueva Ley estable normativamente el concepto de consumidor vulnerable, definición en la que se incluye expresamente a las personas con discapacidad, dotándolos de una protección reforzada. Más allá de la posición económica de debilidad del consumidor, que era la que tradicionalmente se tenía en cuenta en materia de consumo, ahora la noción de vulnerabilidad se reconfigura y se amplía a otras situaciones de fragilidad personal y social que convierten a una variedad de tipos de consumidores en vulnerables.

La discapacidad es una condición que la Ley considera reiteradamente, a efectos de conferir mayor defensa y protección. Incluso, dentro de la discapacidad, se identifican segmentos más vulnerables, como las mujeres. Ejemplo de esta consideración particular, viene recogido en el preámbulo de la Ley, que enuncia: “A la edad y al género debe asociarse igualmente la discapacidad que, en los supuestos de personas mayores y, especialmente, de mujeres mayores, agrava la situación de vulnerabilidad, aumentando el riesgo de exclusión. En el caso de las mujeres con discapacidad, nuevamente, el riesgo de exclusión es acusadamente mayor”.

También las personas con discapacidad aparecen en la Ley 4/2022 como destinatarias, junto a las personas mayores, de las nuevas medidas establecidas en favor de la inclusión financiera, dado el grave problema de discriminación y desatención que vienen soportando estos grupos sociales en el acceso a los servicios financieros, en especial, los bancarios.

Esto queda consignado en la “Disposición adicional tercera” del Texto legal, que regula lo siguiente:

“El Gobierno promoverá, en coordinación con el Banco de España como supervisor, y representantes del sector de entidades de crédito un Plan de Medidas para favorecer la inclusión de las personas más vulnerables, y especialmente aquéllas de mayor edad,

que incluya, entre otras, las siguientes:

a) Que el cierre de las oficinas bancarias no lleve emparejado el cierre de sus cajeros automáticos externos.

b) El incremento del personal de apoyo para ayudar a las personas con menores capacidades digitales a realizar las operativas necesarias.

c) La instalación de señales e indicaciones de prioridad en el uso de los cajeros automáticos por parte de personas vulnerables.

d) Promover la reserva de cajeros para uso exclusivo de personas vulnerables.

e) Tecnologías de acceso a la banca sencillas, comprensibles, inclusivas y seguras.

f) Máxima seguridad, para proteger a los usuarios bancarios de robos, engaños y estafas *on line*.

g) Cuantas medidas se consideren necesarias para garantizar la atención presencial a las personas de mayor edad, y a todos aquellos colectivos para los que el acceso a los servicios financieros a través de las nuevas tecnologías constituya un motivo de exclusión financiera.

h) Cuantas medidas se consideren oportunas para acercar los servicios financieros a todas las personas, especialmente en el medio rural, hacerlos más accesibles, teniendo especialmente en cuenta las necesidades de ***las personas con discapacidad*** y las personas mayores.

Asimismo, el Gobierno continuará impulsando entre las líneas de actuación estratégica de la sociedad estatal Correos y Telégrafos, S.A., iniciativas para evitar la exclusión financiera de los consumidores en situación de vulnerabilidad, como la instalación en sus oficinas de cajeros automáticos en pequeños núcleos de población sin este tipo de servicios o la firma de acuerdos de colaboración con las entidades bancarias para la realización de operaciones de ingreso y retirada de efectivo.”

La accesibilidad universal, gracias a las propuestas del CERMI, es también otra exigencia que se refuerza notablemente con esta Ley, la cual procede a la modificación de varios preceptos de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, para establecer como derecho, condición o requisito.

De este modo, se regula como derechos básicos de los consumidores y usuarios “la información correcta sobre los diferentes bienes o servicios ***en formatos que garanticen su accesibilidad*** y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute, así como la toma de decisiones óptimas para sus intereses.”

También en las obligaciones referidas al etiquetado genera de bienes y productos, se introduce la accesibilidad, quedando de esta guisa: “2. Sin perjuicio de las exigencias concretas que se establezcan reglamentariamente y de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, que prestarán especial atención a las personas consumidoras vulnerables, todos los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán ser de fácil acceso y comprensión, ***ofrecidos en formatos que garanticen su accesibilidad*** y, en todo caso, incorporar, acompañar o, en último caso, permitir obtener, de forma clara y comprensible, información veraz, eficaz, suficiente y accesible sobre sus características esenciales”.

Asimismo, el requerimiento de la accesibilidad se extiende a la oferta comercial que “deberá facilitarse a los consumidores o usuarios, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, en términos claros, comprensibles, veraces y en ***un formato que garantice su accesibilidad***, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses”.

Finalmente, respecto de las características y condiciones de los contratos, se exige la “***accesibilidad*** y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido”.

Como conclusión, esta Ley avanza en una consideración específica de los consumidores con discapacidad robusteciendo su defensa y protección, dada su mayor exposición a la vulnerabilidad.

2 de marzo de 2022.

**CERMI**

[**www.cermi.es**](http://www.cermi.es)