



**UNIVERSIDAD DE OVIEDO**

**MASTER UNIVERSITARIO EN ABOGACÍA**

**TRABAJO FIN DE MASTER**

Análisis de la protección procesal del consumidor en internet.

Realizado por: **Adrián Rivas Lago**

Convocatoria: Enero 2.017.

## **Resumen**

Este trabajo analiza la protección del consumidor en el derecho español, desde el punto de vista procesal. Este examen de normas y procedimientos tiene el fin de ilustrar al ciudadano cuando está en una posición de debilidad y como defenderse en tal situación. También pretende ofrecer un estudio comparativo de los cauces procesales a seguir ante una falta de conformidad del producto o servicio, ante el desconocimiento de los consumidores de las nuevas formas de mercado. Prestando particular atención a la introducción en el proceso de las garantías que la ley ofrece al consumidor, y desarrollo de los procedimientos, y la práctica probatoria en los mismos.

## **Abstract**

This paper analyzes consumer protection in the Spanish law, from the procedural point of view. This review of rules and procedures is intended to illustrate the citizen when in a position of weakness and defend in such a situation. It also aims to provide a comparative study of the process to be followed before a lack of conformity of the product or service, to the ignorance of consumers of new forms of market channels. Paying particular attention to the introduction in the process of the guarantees that the law provides to the consumer, and development of procedures and evidentiary practice in them.

## Índice de Abreviaturas

AECOSAN.. Agencia española de consumo, seguridad alimentaria y nutrición.

ADR.. Alternative Dispute Resolution (Resolución Alternativa de Conflictos)

BOE... Boletín Oficial del Estado

CC.... Código civil.

CNMC... Comisión Nacional del Mercado y de la Competencia.

LA ... Ley de Arbitraje

LAJ... Letrado de la Administración de Justicia.

LEC ... Ley de Enjuiciamiento Civil

LJV... Ley de Jurisdicción Voluntaria

LCGC... Ley de condiciones generales de la contratación.

LOCM... Ley de ordenación del comercio Minorista.

LOPD... Ley orgánica de protección de datos de carácter personal.

LSSI/LSSIyCE ... Ley de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico.

RD...Real Decreto.

RDSAC... Real Decreto por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo

Texto Refundido/TRLGDCU ... Texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias.

TIC.... Tecnologías de la Información y la Comunicación

TJUE... Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

# **Análisis procesal de la protección del consumidor.**

## **1. Introducción**

## **2. Elementos antecedentes a la controversia**

**2.1. La venta a distancia.**

**2.2. Las partes.**

**2.3. Factores que determinan la resolución de conflictos.**

**2.4. Información precontractual y Códigos de conducta.**

## **3. Arbitraje**

**3.1. Arbitraje Convencional.**

**3.2. Arbitraje institucional en España.**

**3.3. Arbitraje con vendedores con establecimiento en la UE**

## **4. Mediación**

## **5. Conciliación**

## **6. Acceso de la controversia a la jurisdicción ordinaria**

**7. Anteproyecto de Ley de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo.**

## **8. Conclusiones**

## 1. Introducción.

Actualmente el comercio electrónico es un importante canal de venta de productos y prestación de servicios varios, en constante crecimiento. Es algo evidente el constante acceso de mas personas a las TIC<sup>1</sup>, y la cantidad de empresas que se han unido a este mercado en internet, así como al desarrollo de *apps* para todo tipo de dispositivos acercando sus ofertas a los usuarios, pudiendo éstos comprar de forma directa a través de estos canales. Tanto es así que basta con buscar en internet la palabra compra y la cantidad sitios web de empresas que aparecen ofertando productos en este gigante mercado de internet, así como el desarrollo de apps para móviles acercando sus ofertas a los usuarios. Todo con el fin de comprar mas rápido, sin moverse, sin acudir a tienda alguna. La evolución del sector se debe al gran beneficio económico, atracción de las marcas comerciales, y en mayor medida por la consolidación de internet como un mercado accesible y lleno de nuevos factores derivados de la propia venta a distancia. Grandes empresas como Amazon.ltd son vivo ejemplo de las afirmaciones previas, como una librería on-line ha abierto su oferta de producto y se ha extendido a otros mercados, logrando ofrecer sus propios smartphones y tablets, además de una plataforma de gestión de ventas en todo el mundo. Otro gran ejemplo es el crecimiento de Paypal Ltd, como herramienta de pago seguro, síntoma del uso tanto por consumidores y usuarios como por empresarios. En España se ha desarrollado un nuevo modelo de negocio, invirtiendo en la publicidad de productos por medio de redes sociales, banners en webs de diarios, etc, queriendo atraer usuarios. Es decir, tanto en la vida real como en la virtual las comunicaciones comerciales<sup>2</sup> nos asola y las posibilidades de ser consumidor son casi infinitas.

Según el informe de la CNMC del primer trimestre de 2.016, La facturación del comercio electrónico en España repuntó en el tercer trimestre del año

---

<sup>1</sup> Tecnologías de la Información y Comunicación, en referencia a la cantidad de Apps que existen para smartphones, tablets, plataformas online de venta.

<sup>2</sup> Las comunicaciones comerciales, reguladas en la LSSIyCE y en el Texto Refundido, son mensajes de contenido comercial realizados por el vendedor, cuyo fin es atraer al consumidor a contratar de forma directa y dirigiéndole al contrato.

pasado un 29,2% interanual, hasta los 5.303 millones de euros, tal como podemos ver en el siguiente gráfico (Alameda, 2016)<sup>3</sup>.

Gráfico 1

## Evolución del comercio electrónico en España

### VOLUMEN DE NEGOCIO

En millones de euros. Trimestral



Son muchas las ventajas que el empresario ofrece al cliente: un contacto cada vez más constante, costes de transporte hasta un punto físico de venta reducidos frente al medio tradicional, gestión eficaz del tiempo y comunicación en línea. Son ventajas para el empresario, que tienen como consecuencia una auténtica mejoría en la atención prestada al consumidor y en gran parte de los casos en minoración del precio, comparando con lo ofrecido por un establecimiento físico.

Los párrafos que preceden describen una realidad palpable a nuestros sentidos y que está en constante progreso, hasta tal punto que en unos años quizá la expresión “*ir de compras*” sea entendida como acceder a tiendas virtuales y así lo podemos ver en el Gráfico 2, según la 18ª encuesta a *Usuarios de Internet*,

<sup>3</sup> Fuente de la noticia y gráfico:

[http://economia.elpais.com/economia/2016/03/08/actualidad/1457461007\\_551383.html](http://economia.elpais.com/economia/2016/03/08/actualidad/1457461007_551383.html)

Fuente del informe de CNMC: <http://data.cnmc.es/datagraph/index.jsp>

Navegantes en la Red de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)<sup>4</sup> casi la mitad de los internautas compran online de forma semanal y, de los que usan el móvil o la tablet cerca del 30% de su uso es para comercio electrónico (Masquenegocio.com, 2016).

Gráfico 2



En internet ya casi todo es posible, y realizar una gran variedad de contratos también, incluso con las entidades bancarias, con servicios de música, audiovisuales, incluso centros de estudios, etc. Sin embargo, lo más habitual es la compra o venta de bienes, desde bienes de segunda mano pasando por comestibles hasta mobiliario. En general, por comercio electrónico se entiende todo negocio realizado a través de Internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado.

Paralelo a este imparable avance, continúa descendiendo el número de personas reacias a este tipo de comercio a través de las nuevas tecnologías, así se desprende del informe de la CNMC y del INE<sup>5</sup>. Es un número importante el de

<sup>4</sup> Fuente del informe y del gráfico 2 : <http://www.aimc.es/-Infografia-18ª-Encuesta-AIMC-a-.html>

<sup>5</sup> Informe del Instituto Nacional de Estadística en su Informe 1/2014 *El uso de las nuevas tecnologías y el comercio*. [http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INECifrasINE\\_C&cid=1259943296411&p=1254735116567&pgenname=ProductosYServicios%2FINECifrasINE\\_C%2FPYSDetalleCifrasINE](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259943296411&p=1254735116567&pgenname=ProductosYServicios%2FINECifrasINE_C%2FPYSDetalleCifrasINE)

personas que rechazan comprar por internet actividad, cuyas razones son variadas y entre ellas el desconocimiento o supuesta inexistencia de medios de resolución de conflicto. Por esta causa, conviene realizar un estudio comparativo de las vías para la solución de conflictos surgidos en las ventas a distancia por internet, al amparo de las garantías que las normas procesales prevén para la contratación electrónica.

Sin embargo, la contrapartida de las múltiples ventajas de la contratación electrónica son los riesgos para los usuarios. Los consumidores alguna vez son víctimas de delitos, o bien sufren falta de conformidad, o no son atendidos en reclamación de sus derechos de reparación o sustitución; junto a estos factores impera en ellos la percepción de inseguridad jurídica o riesgo con motivo de incertidumbre, con base en desconocimiento del vendedor y de la regulación de la venta por internet, e incluso los usuarios mas avanzados desconfían bien por desconocimiento o recelan del tratamiento de sus datos, en relación con la aplicación de la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal 15/1999. Todos estos motivos anteriores, son causas precisas para ahondar en la gran novedad de la contratación electrónica, la amplitud de mecanismos de resolución de conflictos, todavía desconocidos para muchos usuarios. Igual que existen riesgos y conflictos en el tráfico jurídico comercial físico con cauces para su resolución, el comercio electrónico está regulado y existen mecanismos eficaces para hacer frente a las reclamaciones de los consumidores.

Hablar de comercio electrónico es referirse a un concepto amplio, donde cabe la contratación mercantil (desde la perspectiva del empresario), u otros tipos de contratación civil, que no forman parte del objeto del trabajo. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico 34/2002 en su Anexo, apartado h) define contrato electrónico “como todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones”; con estos mimbres avanzamos hasta llegar al contrato de venta que se ajusta al tipo contractual, que será el que analicemos por ser el mas habitual e importante. Esta modalidad abarca contratos de consumidor a consumidor (como se realiza en plataformas como eBay, webs de artículos de segunda mano), contratos realizados usando únicamente el correo electrónico, etc. Pero, en este trabajo se analizará en concreto los



mecanismos de resolución de conflictos relativos a la venta a distancia por internet, con causa en los motivos expuestos antes, por ser el tipo contractual mas habitual y también porque muchos usuarios llegan a creer que no pueden hacer nada contra los vendedores, si éstos se niegan a atender sus reclamaciones amparadas en el Real Decreto 1/2007, de 16 de Noviembre, Texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidos y usuarios y otras leyes complementarias<sup>6</sup>, en adelante Texto Refundido.

Con este trabajo se pretende analizar la protección que dispensan las normas procesales a la contratación en el del derecho de consumo, en particular, de las ventas a distancia por internet; comparando los distintos cauces procesales en detalle, y ver cuál es la estrategia procesal más eficiente para los consumidores y usuarios dispuestos a reclamar por faltas de conformidad.

## **2. Elementos antecedentes a la controversia.**

### **2.1. La venta a distancia por internet.**

En adelante se expondrá resumidamente el derecho positivo que regula de las ventas a distancia por internet, para saber ante que tipo de contrato nos encontramos, quienes son las partes del mismo y, los derechos y deberes que la regulación de consumo les otorga. Datos importantes que según la modalidad de resolución de conflictos escogida posteriormente, podrán influir en el cauce procesal tanto en la forma del procedimiento, como en la elección de los medios de prueba que pretenda hacer valer, y según el caso, los propios fundamentos jurídicos que amparan al consumidor en su reclamación.

La venta a distancia con consumidores en internet se puede definir a raíz de la lectura de las normas aplicables como: un contrato típico en que un

---

<sup>6</sup> Modificado por:  
Ley 25/2009, de 22 de Diciembre  
Ley 29/2009, de 30 de Diciembre  
Ley 3/2014, de 27 de Marzo.  
Ley 15/2015, de 2 de Julio.

empresario y un consumidor, ya sea persona física o jurídica sin ánimo de lucro, es decir, en un ámbito distinto a sus actividades empresariales, profesionales o comerciales deciden contratar respecto de un bien o servicio, y tiene su origen en dos instituciones, el contrato de compraventa recogido en el artículo 1445 y siguientes del Código Civil (en adelante CC) y los contratos entre ausentes regulados en el artículo 1262 CC. Por tanto, el comercio electrónico ha adaptado<sup>7</sup> en lo esencial estas dos instituciones al contrato mas común del tráfico jurídico que se desarrolla en internet, la venta a distancia. Continúa tratándose de una compraventa entre personas, en el que uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto, en dinero o signo que lo represente, así lo dispone el artículo 1445 CC; también la generación, perfección y cumplimiento del contrato relativo a los contratos entre ausentes que no se llevan a cabo en unidad de acto ni presencialmente, al ser Internet el medio en este caso.

En la actualidad, el Texto Refundido recoge la definición del contrato de venta a distancia<sup>8</sup>, primero su artículo 59 bis, dice que “será contrato de venta aquel en virtud del cual el empresario transmita o se comprometa a transmitir a un consumidor la propiedad de ciertos bienes y el consumidor pague o se comprometa a pagar su precio, incluido cualquier contrato cuyo objeto esté constituido a la vez por bienes y servicios“. A lo que se debe añadir el elemento de la distancia, la norma en sus artículos 92 a 96 copia la definición dada en la LOCM: “*las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor*”, como ejemplo serían las plataformas virtuales/sitios web de venta o las propias apps para todo tipo de dispositivos, considerando técnicas de comunicación a distancia Internet.

---

<sup>7</sup> YZQUIERDO TOLSADA, MARIANO. NAVARRO MENDIZÁBAL, ÍÑIGO A. ACOSTA. MÉRIDA, MARÍA DEL PINO; *Derecho del Consumo*. Cálamo, Barcelona 2005, p35-48.

<sup>8</sup> Por remisión expresa de la Ley 7/1996, de ordenación del comercio Minorista, «BOE» núm. 15, de 17 de enero de 1996.

## 2.2. Las partes.

En relación a las partes del contrato (y por ende del posterior conflicto), debemos acudir al artículo 59 del TRLGDCU: “son contratos con consumidores los realizados entre un consumidor y un empresario”, y “se regulará por esta norma y supletoriamente por el derecho común aplicable a los contratos”, el origen de estos preceptos además de refundición es la transposición de derecho europeo<sup>9</sup>, tiene carácter imperativo y ofrece al consumidor un suelo de protección<sup>10</sup>, cuando se apliquen al consumidor el resto de normas, en ningún caso contravendrán lo dispuesto en el Texto Refundido.

En cuanto al derecho positivo que debemos tener en cuenta, existen normas pertenecientes a otras ramas del derecho que afectan a la contratación electrónica y en concreto a la determinación de las partes de la misma, por tanto, es aplicable a este contrato la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico<sup>11</sup>. El ámbito de aplicación de esta norma es “la regulación del régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica, en lo referente a las obligaciones de los *prestadores de servicios* incluidos los que actúan como intermediarios en la transmisión de contenidos por las redes de telecomunicaciones, las comunicaciones comerciales por vía electrónica, la información previa y posterior a la celebración de contratos electrónicos, las condiciones relativas a su validez y eficacia”, así reza su artículo uno.

---

<sup>9</sup> Resultado de transposición de múltiples directivas europeas que afectan a la materia de consumo, como por ejemplo, la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, primeras en la materia de consumo.

<sup>10</sup> Nos ofrece un mínimo de protección cuyo contenido básico es el mismo al que podemos tener en otro país europeo como consumidor, y que es importante tener en cuenta en cuanto a un posible conflicto de ley aplicable con un vendedor establecido en otro país de la Unión Europea.

<sup>11</sup> Modificada por:  
Ley 59/2003, de 19 de Diciembre  
Ley 28/2007, de 18 de Octubre.  
Ley 56/2007, de 28 de Diciembre  
Ley 22/2011, de 4 de Marzo  
Ley 13/2012, de 30 de Marzo  
Ley 9/2014, de 9 de Mayo.

Las partes del contrato son *consumidor y/o usuario y empresario*. Para delimitar estos conceptos debemos acudir al Texto Refundido y a la LSSIyCE, ya que, siendo áreas del derecho diferentes, debemos ver el encaje del concepto según ambas áreas, es algo esencial e incluso se ha discutido en la jurisprudencia europea<sup>12</sup> al respecto, pues la consideración o no de consumidor conlleva un nada despreciable grado de protección, y en el caso que nos ocupa delimitar los sujetos de la relación jurídica.

En el artículo 3 del Texto Refundido se define a consumidores y usuarios como “personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión, incluyendo personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial”. Esto significa que las personas físicas se consideran consumidoras cuando el destino dado al bien sea distinto de las actividades mencionadas; y las personas jurídicas civiles, para su uso distinto de actividad económica, profesional o comercial.

El artículo 4 define al empresario (a efectos del derecho de consumo) como “toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe directamente o a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”. En

---

<sup>12</sup> STJCE 20/1/2005 Asunto C-464/01 Johann Gruber contra Bay Wa AG. El derecho de la Unión Europea, no considera a las personas jurídicas como consumidoras. En el artículo 17 del Reglamento 1215/2012 Bruselas I.bis, en materia de contratos celebrados por una persona, el consumidor, para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad profesional. Se refiere a persona física, esta sentencia (entre otras) aporta argumentaciones en contra de calificar a la persona jurídica como consumidor, cuando una persona contrata para usos relacionados con su actividad profesional debe considerarse en igualdad de condiciones con su cocontratante, y no es susceptible de protección.

En el asunto *Benincasa* (STJCE 3 julio 1997) el tribunal argumenta en contra porque dice; se engloban únicamente los contratos celebrados para satisfacer necesidades privadas del individuo y debe entenderse el concepto de consumidor de forma restrictiva.

STJUE de 3 de septiembre de 2015, en el asunto C-110/14, concluye que una persona física que ejerce la abogacía y celebra con un banco un contrato de crédito, sin que en él se precise el destino del crédito, puede considerarse «consumidor» con arreglo la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, cuando dicho contrato no esté vinculado a la actividad profesional del referido abogado

Se trata de ilustrar con ejemplo de la existencia de múltiples resoluciones del TJUE en relación a la complejidad del concepto de consumidor.

la LSSyCE podríamos identificar al empresario con el prestador de servicios de la sociedad de la información. En el anexo de esta norma se define al prestador como “persona física o jurídica que proporciona un servicio de la sociedad de la información; es decir, todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario, que suponga una actividad económica”. Sin embargo, no implica que sea siempre un servicio en sentido estricto, en la definición de la norma se incluyen como servicio entre otros, la contratación electrónica de bienes, el suministro de información por vía telemática, etc. Debemos entender que dentro de este concepto de prestador, encaja recogido el de empresario en internet, ya que en su naturaleza está contratar a título oneroso, a distancia, por vía electrónica. Por tanto, el empresario, en cuanto es sujeto capaz de contratar por medios electrónicos, es prestador de servicios como hemos precisado. Al empresario, que es a su vez prestador de servicios, el artículo 3 del RD 225/2006, le recuerda que si la venta se efectúe por medios electrónicos, podrán aportar con carácter voluntario la constancia registral del nombre del dominio y su sustitución, conforme a lo dispuesto en la LSSIyCE; una función del registro donde permanecen tales datos, es ser uno de los lugares donde los consumidores podrán dirigir sus quejas y reclamaciones, aspecto que más adelante se explicará.

### **2.3. El contrato y otros factores que determinan la resolución de conflictos.**

En el Capítulo I, del Título I del Libro II del Texto Refundido se recogen las disposiciones generales relativas a los contratos con consumidores y usuarios. En su artículo 59 bis, se define contrato de venta como “aquel en virtud del cual el empresario transmita o se comprometa a transmitir a un consumidor la propiedad de ciertos bienes y, el consumidor pague o se comprometa a pagar su precio, incluido cualquier contrato cuyo objeto esté constituido a la vez por bienes y servicios”. El apartado 2 del precepto considera bienes sólo cosas muebles corporales, y únicamente me referiré a bienes como objeto del contrato en este trabajo.

El objeto del trabajo es analizar la venta de bienes por internet en el marco normativo de España, para ello una vez definido el contrato, debemos precisar cuándo nuestro ordenamiento será ley aplicable. El artículo 67 del Texto Refundido,

determina la ley aplicable a contratos con consumidores, nos dice que será el Reglamento Roma I 593/2008, sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales, por primacía de normativa europea. Sin embargo, el artículo 3 de este instrumento hace prevalecer sobre el reglamento, la autonomía de la voluntad, ello supone que las partes pueden pactar que al contrato se aplique normativa española en este caso<sup>13</sup>; en concordancia con el artículo 6, a falta de elección de ley aplicable, el contrato se regirá por la ley de la residencia habitual del consumidor<sup>14</sup>. Otro supuesto de aplicación de la ley española, se trata de un nacional de un tercer estado, que realice una compra a un vendedor español<sup>15</sup>. A lo anterior hay que añadir las normas de internacional privado del Código Civil, su artículo 11 nos dice que las formas y solemnidades del contrato se regirán por la ley del país en que se otorguen, que confrontando con la LSSIyCE, se considera que se celebra donde el consumidor tenga su domicilio así lo dispone el artículo 29.1. Es decir, se regirán por derecho interno cuando las partes así lo decidan de forma expresa o tácita, o cuando ambos estén domiciliados en España, o sólo el consumidor esté domiciliado en España (siendo el vendedor extracomunitario y no haya determinación alguna respecto a ley aplicable), también en el caso de que el cliente no español contrate mediante una sucursal, ésta sí ubicada en territorio español.

Una vez que sabemos en que supuestos se aplica la ley española, debemos analizar el resto de normas que afectan al contrato y tienen incidencia en la cuestión procesal.

---

<sup>13</sup> Esta elección de ley, está sujeta a un límite, que la elección de ley no puede suponer para el consumidor, la pérdida de la protección que le prestaban las normas inderogables por acuerdo, es decir, la ley que se hubiese aplicado en defecto de elección. Por tanto, si un consumidor español, desde su domicilio, contrata con un vendedor residente en Marruecos e imponga una elección de ley marroquí, el consumidor siempre estará protegido por las normas imperativas españolas.

<sup>14</sup> El reglamento 593/2008 Roma I, relativo a obligaciones contractuales, tiene su propia definición de consumidor, en su artículo 6, a efectos de este instrumento son consumidores, las personas físicas que contratan para un uso ajeno a su actividad comercial o profesional con otra persona que actúe en ejercicio de su actividad comercial o profesional.

<sup>15</sup> En este caso, se trata de un Consumidor activo, es decir, que tiene la iniciativa de contratar, no considerado consumidor por ser de un tercer estado a efectos del citado reglamento Roma I, resulta entonces de aplicación el artículo 4.a) por el que, en defecto de elección de ley aplicable, la ley que rige el contrato será la del domicilio del vendedor, la española.

En los artículos 92 y siguientes, se regulan las disposiciones específicas de los contratos celebrados a distancia y fuera del establecimiento mercantil. El artículo 93 establece una lista de supuestos a los cuales no es aplicable esta normativa, y que no son ventas a distancia (en el sentido del artículo 92), desde juegos de azar, pasando por viajes combinados hasta servicios financieros.

En cuanto se trata de contratación electrónica, como vimos se le aplica la LSSlyCE<sup>16</sup>, en cuyo artículo 23 se expone que “*todos los contratos celebrados por la vía electrónica que están sujetos a esta norma se rigen también por el Código Civil y otras normas civiles especiales*”<sup>17</sup>. Es decir, aplicamos también el artículo 1261 CC, por lo que habiendo consentimiento, objeto y causa, sin concurrir vicio, ni infracción de la ley en ningún aspecto, será totalmente válido, obligando a las partes desde que el consumidor consiente, en este caso por el contrato de adhesión, en virtud del 1258 CC.

Acabo de señalar que en el comercio electrónico, por regla general, se caracteriza la venta a distancia como un contrato de adhesión, esto es, un contrato celebrado en masa, en el que el consumidor tiene que dar consentimiento a las cláusulas contenidas en ese contrato, sin poder de negociación alguno, ya que se aplican éstas a una pluralidad de contratos del empresario, con independencia de su autoría material, su apariencia externa, extensión y de cualesquiera otras circunstancias, como expone el art.1 de la Ley 7/1998 de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación<sup>18</sup>. La inclusión de este tipo de cláusulas es algo muy habitual, que podríamos decir que sucede en casi todos los contratos, es libertad del empresario disponer de tales cláusulas o no. El Tribunal Supremo también

---

<sup>16</sup> Los sujetos a los que se dirige esta ley, cuando la aplicamos al derecho de consumo, son los mismos. Como ya vimos debemos identificar al prestador de servicios con el empresario (del Texto Refundido) y a la otra parte contratante con los consumidores y usuarios.

<sup>17</sup> DE LEÓN ARCE, ALICIA. Derechos de los consumidores y usuarios: (doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios). Tirant Lo Blanc 2007 P. 902 y siguientes.

<sup>18</sup> Modificada por:  
Ley 13/2009, de 3 de noviembre.  
Ley 44/2006, de 29 de diciembre.  
Ley 39/2002, de 28 de octubre.  
Ley 24/2001, de 27 de diciembre.

ha querido matizar la definición de este tipo de contrato, en diversas sentencias<sup>19</sup> que es fuente de una inmensidad de conflictos.

## 2.4. Información precontractual y Códigos de conducta.

En toda la contratación electrónica con consumidores debemos tener en cuenta una serie de aspectos pre-contractuales que serán importantes de cara a la resolución de conflictos, sobre los que el Texto Refundido obliga al empresario a informar, y que son fundamentales en la contratación y que se deben traer a colación para desarrollar puntos posteriores de este trabajo.

El artículo 8 d) del Texto Refundido nos dice que “entre otros son derechos básicos de los consumidores y usuarios: La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute”, que si unimos a lo enunciado por el artículo 10 “La renuncia previa a los derechos que esta norma reconoce a los consumidores y usuarios es nula, siendo, asimismo, nulos los actos realizados en fraude de ley de conformidad con lo previsto en el artículo 6 del Código Civil”<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> STS 5 Julio 1997 de la Sala Primera de lo Civil : La calificación de este contrato es de contrato de adhesión entendiéndose por tal aquel en que la esencia del mismo, y sus cláusulas han sido predispuestas por una parte impuestas a la otra, sin que ésta tenga posibilidad de negociarlas, hacer contraofertas ni modificarlas, sino simplemente aceptar o no; se mantiene la libertad de contratar (libertad de celebrar el contrato o no) pero, no la libertad contractual (libertad de ambas partes, no de una sola, de establecer las cláusulas que acepte mutuamente). No se discute la validez del contrato de adhesión, inherente a la realidad actual, pero si es indudable su control legal y judicial para evitar que una de las partes sufra perjuicios que no deben tolerarse en Derecho.

<sup>20</sup> **Artículo 6 del Código Civil.**

1. La ignorancia de las leyes no excusa de su cumplimiento. El error de derecho producirá únicamente aquellos efectos que las leyes determinen.

2. La exclusión voluntaria de la ley aplicable y la renuncia a los derechos en ella reconocidos sólo serán válidas cuando no contraríen el interés o el orden público ni perjudiquen a terceros.

3. Los actos contrarios a las normas imperativas y a las prohibitivas son nulos de pleno derecho, salvo que en ellas se establezca un efecto distinto para el caso de contravención.

4. Los actos realizados al amparo del texto de una norma que persigan un resultado prohibido por el ordenamiento jurídico, o contrario a él, se considerarán ejecutados en fraude de ley y no impedirán la debida aplicación de la norma que se hubiere tratado de eludir.



El derecho a la información precontractual del consumidor está protegido<sup>21</sup> y se concreta con el desarrollo y aplicación del artículo 60<sup>22</sup>, en cuanto se obliga al empresario a facilitar de forma clara y comprensible la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas en un momento anterior a vincularse por contrato, cuyas garantías deben completarse con lo dispuesto en el artículo 97, relativo a las específicas garantías de información precontractual en el ámbito de los contratos a distancia, como es el caso de nuestro trabajo. Este artículo 97 se centra en garantías que permitan al consumidor y usuario conocer con precisión el producto, cuáles son sus especificaciones técnicas, y demás características que no puedan llevarle a engaño.

Además, por lo que respecta a la LSSI, el artículo 27 establece que *“los prestadores de servicios deben facilitar siempre la siguiente información antes de la quedar vinculador por el contrato con consumidores”*:

-Primero, los trámites que deben realizarse para celebrar el contrato entre las partes.

-Segundo, la información relativa al documento, en formato papel o en soporte electrónico, en el que se formalice el contrato<sup>23</sup>, así como la lengua en que plasmará lo acordado y,

-Tercero, la accesibilidad al mismo por el usuario y las forma de corregir errores.

---

<sup>21</sup> Respecto al derecho a la información en el derecho de consumo, debemos traer a colación la STS 8 de Mayo de 2008, Sala Primera: La obligación de información al usuario sobre los riesgos previsibles en la utilización de los servicios puestos a su disposición no se hallan limitado únicamente a los servicios que constituyen el objeto de ese contrato sino a todos aquellos que se pongan a disposición de los consumidores y usuarios. Esta sentencia no se refería a la obligación de información precontractual en concreto, pero, si ha destacado la importancia de la información, que es un derecho básico, respecto al objeto del contrato y los términos de la contratación.

<sup>22</sup> Sobre el tema puede verse en ZURILLA CARIÑANA, M.A, (2014). La reforma de los arts. 60 y 97 de la Ley de modificación del TRLGDCU. ¿Hay alguna novedad que merezca la pena?, Revista CESCO de Derecho del consumo, nº 9/2014, <http://www.revista.uclm.es/index.php/cesco>

<sup>23</sup> Muy importante tener en cuenta, que el contrato formalizándose en soporte electrónico, no supone desventaja alguna frente a formalizarlo por escrito, pues, el **artículo 24 LSSIyCE**, nos dice:

*En todo caso, el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio por vía documental.*

Es decir, se introducirán por vía de los artículos 299 y 317 LEC.

Esta información sí está a disposición del usuario en su página o sitio de Internet, será considerada como entregada al cliente por haber tenido la oportunidad de conocerla de antemano. Sin embargo, la puesta a disposición de esta información no será necesaria si el contrato se celebra exclusivamente mediante intercambios de correos electrónicos. Asimismo, el prestador de servicios deberá “poner a disposición del destinatario” las condiciones generales a las que deba sujetarse el contrato, por lo que bastará que aparezcan en la web del prestador de servicios, por la misma razón que antes, ya que es información relevante según lo dispuesto en este precepto y también en el 60 del Texto Refundido. “En el supuesto contratar utilizando un dispositivo de pantalla en formato reducido, véase un Smartphone, también se cumple con esta obligación si se facilita la dirección de internet donde la información se ubica, con lo que el destinatario recibe, aun siendo de manera indirecta, la información, aunque su efectiva lectura dependa del cliente.”<sup>24</sup> En conclusión, la legislación prevé un derecho positivo de mera información, y desde el plano procesal nos está dando la oportunidad de hacernos con medios de prueba documental, en relación al derecho a acceder al contrato, y a la publicidad de las condiciones generales del mismo, porque en cuanto es un contrato de adhesión como ya vimos, son las mismas para todos los clientes y deben estar dispuestas con anterioridad a vincularse por el contrato.

Continuando con las garantías que nos ofrecen los artículos 60 y 97 del Texto Refundido, nos centraremos en las siguientes:

*“a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios.*

*b) La identidad del empresario, incluidos los datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.*

*c) El precio total, incluidos todos los impuestos y tasas. Si por la naturaleza de los bienes o servicios el precio no puede calcularse razonablemente de antemano o está sujeto a la elaboración de un presupuesto, la forma en que se determina el precio así como todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, si*

---

<sup>24</sup> Cita a RIVAS LAGO, ADRIÁN *La protección del consumidor en la venta a distancia por internet*, Revista CESCO de Derecho de Consumo N°15/2015, p.56

*dichos gastos no pueden ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales.”*

Las tres primeras garantías que nos ofrece el Texto Refundido, debemos tenerlas en cuenta para algo tan esencial como saber con exactitud los datos necesarios para iniciar una reclamación, poder dirigirnos como consumidor a la otra parte o al servicio de arbitraje/mediación por el que queramos encauzar la controversia, así como obtener datos que quizá al contratar desconocemos y son necesarios en el ámbito procesal (como el precio para determinar la cuantía del procedimiento con arreglo al artículo 251 LEC, con objeto de conocer a qué tipo de procedimiento de la jurisdicción ordinaria nos enfrentaremos, si reclamamos por este cauce).

*“c) El precio total, incluidos todos los impuestos y tasas. (...) En toda información al consumidor y usuario sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio total, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares.”* Supone que la información relativa al precio sea absoluta, es decir que no se cumpla a medias, sino que el usuario sepa con precisión el precio que va a pagar, y en consecuencia no descubrirlo una vez haya ordenado la compra, incurriendo en un vicio del consentimiento y cargas encubiertas en el pago o cargos fraudulentos si el medio de pago es tarjeta, cuestión que se tratará en el epígrafe relativo al pago, lo que es carne de enriquecimiento injusto y la materialización de esta garantía en caso de ser incumplida, debe ser prueba fehaciente al procedimiento que acudamos, por aplicación directa o subsidiaria del artículo 299.2 LEC<sup>25</sup>.

*“d) Los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio.”* Esta garantía que ab initio le sirve al usuario para tener más parámetros de comparación para decidirse entre un vendedor u otro según las necesidades que le

---

<sup>25</sup> En referencia, bien a guardar una página web como archivo html., como prueba que no tiene carácter de documental por no haber incidencia de ambas partes sobre ella, sino de ambas.

apremien y, la posibilidad de contactar con el empresario para adecuar el procedimiento a nuestras necesidades; lo que podríamos considerar un pacto contractual oponible en el procedimiento que escojamos, en caso de alcanzar acuerdo. En relación con lo apuntado, también se informará sobre, *“la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que el consumidor y usuario tenga que pagar o aportar a solicitud del empresario”*, algo poco habitual en las ventas a distancia por internet, prestando fianza o una gran suma con anterioridad<sup>26</sup>; el consumidor no puede encontrarse con gastos adicionales sin ser informado antes de contratar, ya que, de saberlo quizá no daría el paso. En este ámbito, la Ley 3/2014 introdujo el artículo 60 bis, relativo a pagos adicionales, dicho precepto ha impuesto que todo consumidor deba dar su consentimiento expreso para pagos adicionales al producto objeto del contrato, debiendo dejar claro y sin posibilidad de inducir a error al consumidor sobre el carácter opcional de los mismos. Si el consumidor observa que le han cobrado más de lo indicado como precio final, si no ha prestado su consentimiento a realizar pagos distintos del precio final del producto, tiene derecho al reembolso de lo cobrado de más.

*“k) El procedimiento para atender las reclamaciones de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4. (del Texto Refundido)”*

La anterior debe entenderse aparejado con la obligación del artículo 97 o): *“La existencia de códigos de conducta pertinentes y la forma de conseguir ejemplares de los mismos o de consultarlos electrónicamente, en su caso. A tal efecto, se entiende por código de conducta el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el*

---

<sup>26</sup> <http://androidemix.com/2016/06/comprarias-un-smartphone-sin-conocer-sus-detalles-oneplus-cree-que-si/> En esta noticia se nos detalla un procedimiento de compra anticipada de un Smartphone, en el que se nos pide una cantidad determinada, detallando que no es el precio final del producto, comprometiéndose posteriormente a abonar la diferencia, sería un ejemplo de esta garantía que hacer valer en un procedimiento civil de juicio verbal, de acuerdo al artículo 250.2 LEC.

*código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos*<sup>27</sup>.

*“u) Cuando proceda, la posibilidad de recurrir a un mecanismo extrajudicial de reclamación y resarcimiento al que esté sujeto el empresario y los métodos para tener acceso al mismo.”*

Es decir, los consumidores no sólo tendrán la información suficiente como para sentirse con garantías de realizar sus compras, sino que estas garantías les abren cauces de reclamación alternativos a la justicia ordinaria, en virtud de códigos de conducta a los que se hallen adherido los empresarios, que derivarán a un procedimiento propio del código, bien a un arbitraje o mediación.

Por último, en relación a estas garantías de información precontractual, el TRLGDCU dispone que debe adecuarse la obligación de informar al medio empleado, sin coste alguno, al menos en lengua castellana y que la información prestada en cumplimiento de los artículos 60 y 97, **forman parte del contenido del contrato, tal como dispone el artículo 97.5:**

**Artículo 97.5 Texto Refundido.**

*La información a que se refiere el apartado 1 formará parte integrante del contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento y no se alterará a menos que las partes dispongan expresamente lo contrario. Corresponderá al empresario probar el correcto cumplimiento de sus deberes informativos y, en su caso, el pacto expreso del contenido de la información facilitada antes de la celebración del contrato.*

Es decir, todas las garantías que la ley positiva nos da en cuanto derecho material, suponen presunciones que entran en el proceso que escojamos a favor del consumidor, que durante el proceso de compra o bien a posteriori (en cuanto suelen ser condiciones generales, y como comentamos deben estar publicadas por

---

<sup>27</sup> RIVAS LAGO, ADRIÁN. *La protección del consumidor en la venta a distancia por internet*, Revista CESCO de Derecho de Consumo Nº15/2015, p.65. En este artículo se hace un estudio detallando el trasfondo de los códigos de conducta, que no es otro que el acceso de consumidores a mecanismos alternativos de resolución de conflictos, así como las facultades que tienen ante el empresario adherido al código de conducta del caso concreto.

ser contratos de adhesión) pudo recopilar una serie de información que introducir en el proceso como prueba fehaciente de sus pretensiones.

Respecto a la problemática de cumplir con la obligación de información precontractual por parte del vendedor, si el medio utilizado son smartphones o tablets, la LSSIyCE añade en su artículo 27.1, in fine, que si se facilita el enlace a la información, dejando al arbitrio del usuario su lectura cumple con esta obligación incluso en dispositivos de pantalla de formato reducido como pueden ser las de 4' (pulgadas), es decir, esta es una ventana a la que debe recurrir el consumidor en caso de haber realizado compra sin conocer las condiciones de compra, y a las que acceder en caso de negativa del empresario a facilitárselas directamente.

Estas garantías son fundamentales para la defensa del consumidor, así como para adoptar mejores decisiones a la hora de comprar, e información necesaria para introducirnos en los siguientes apartados que en este trabajo se desarrollan.

La vía natural de resolución de problemas debe ser siempre la amistosa, como medio de evitar un conflicto, y así también lo piensa el legislador cuando en diversas leyes adjetivas introduce mecanismos en evitación del procedimiento que corresponda<sup>28</sup>. A razón de ser la más económica, no ahondar en la problemática del conflicto, dándole la oportunidad a la otra parte a enmendar su error por la vía mas pacífica y mantener una buena relación hacia nuevas transacciones en el futuro, o bien acordar una solución entre ambas partes. Es decir, se trata de ponernos en contacto con la empresa gracias los datos tiene que proporcionar en cumplimiento del artículo 21.3 del Texto Refundido: *“los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la dirección postal, número de teléfono y número de fax o dirección de correo electrónico en la que el consumidor y usuario, cualquiera que sea su lugar de residencia, pueda interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados. Los empresarios comunicarán su dirección legal si esta no coincide con su dirección habitual para la correspondencia”*. A la luz del

---

<sup>28</sup> Véase Artículos 19, 22, 414, 415 LEC, medios de invitación a un acuerdo extrajudicial y de evitación del procedimiento. Vease también Título V de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Social (*“En evitación del proceso”*, artículos 63 y ss)

precepto, deberíamos tener el número de teléfono, que bien puede ser el propio servicio de atención al cliente o genérico del establecimiento, e-mail por el que se han puesto en contacto con nosotros durante la venta, o bien si existe un canal de comunicación directo en la propia web (tal como un chat, foro, formulario de sugerencias/quejas) o incluso recurrir a los perfiles del empresario en redes sociales. Intentar todas esas vías en caso de incumplimiento de lo dispuesto en el apartado k) del mismo precepto citado en este párrafo: “*El procedimiento para atender las reclamaciones de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4.*”; puesto que se incurriría en indefensión del consumidor, el no tener modo alguno de contacto para solucionar posibles contratiempos con el producto que ha adquirido.

Contactar a través de estos medios puede suponer una vía rápida para obtener una solución satisfactoria en reclamaciones de consumo con las empresas, ya que posibilita resolver la cuestión antes de que intervenga un tercer agente en la relación jurídica preestablecida.

En toda reclamación amistosa conviene dirigirse directamente a la empresa por escrito, para dejar constancia de la comunicación realizada. En caso de no obtener respuesta en un plazo prudencial, el medio de comunicación más adecuado es el Burofax certificado con acuse de recibo<sup>29</sup>, que da fe del contenido del texto, ya que la oficina de Correos nos compulsará la fotocopia a entregar al destinatario, y tenemos un medio de prueba de que ha sido recibido por el empresario. Es un documento privado cuyo envío, recepción y contenido acredita y no se discute, a excepción del contenido evidentemente, su utilidad radica en ser un requerimiento que interrumpe la prescripción del ejercicio de acciones<sup>30</sup>, y también para acreditar. El burofax, sustituye a otros medios mas útiles, pero, desconocidos por ciudadanos y mas costosos como son las *actas de notificación* y las *actas de requerimiento*

---

<sup>29</sup> Para obtener mas información al respecto del Burofax, puede consultarse la web de Correos: [http://www.correos.es/ss/Satellite/site/producto-burofax-cartas\\_documentos/detalle\\_producto-sidioma=es\\_ES#resumen-producto](http://www.correos.es/ss/Satellite/site/producto-burofax-cartas_documentos/detalle_producto-sidioma=es_ES#resumen-producto)

<sup>30</sup> **Artículo 1973 del Código Civil.**

*La prescripción de las acciones se interrumpe por su ejercicio ante los Tribunales, por reclamación extrajudicial del acreedor y por cualquier acto de reconocimiento de la deuda por el deudor.*

*(Esta nota al pie continúa en la siguiente página)*

reguladas en los artículos 202<sup>31</sup> y siguientes del Reglamento Notarial, cuya diferencia radica en que tienen fuerza probatoria de documento público de acuerdo con los artículos 317 LEC en concordancia con los artículos 1216 y 1217 CC, y que en determinados procedimientos son condiciones objetivas de procedibilidad.

En el escrito que se le envíe debemos identificarnos de forma clara, relatar los hechos acaecidos en cuanto a la falta de conformidad, nuestra pretensión relativa a reparación o sustitución<sup>32</sup> si se trata de una falta de conformidad u la que corresponda en el caso, la fecha de nuestra petición y firmar el documento. Junto al escrito de solicitud de ejercicio de nuestros derechos como consumidores, debemos adjuntar siempre copias de los documentos correspondientes a la cuestión (factura, ticket, email, documento de garantía, etc), ya que en caso de no prosperar seguir en posesión de la documentación original a presentar en alguno de los mecanismos de resolución de conflictos existentes en nuestro ordenamiento.

En caso de no prosperar la vía amistosa o de descartarla, el precepto citado (artículo 60 k) obliga también al empresario a mostrarnos si contempla la resolución extrajudicial de conflictos en relación a los consumidores. Por tanto, el primer cauce en cuanto a mecanismos alternativos de resolución de conflictos debe ser atender a la aplicación del artículo 97 o) en relación con la información precontractual en la venta a distancia, dispuesto en el Texto Refundido:

Artículo 97 o) *La existencia de **códigos de conducta** pertinentes y la forma de conseguir ejemplares de los mismos, en su caso. A tal efecto, se entiende por código de conducta el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el*

---

Podemos encontrar diversa jurisprudencia que afirma el efecto de interrupción de la prescripción gracias al Burofax, pudiendo citarse las Sentencias del Tribunal Supremo de 16 de enero de 2.003 (Sentencia número 7/2003; rec. n.º 3345/1997) y de 2 de marzo de 2.007 (Sentencia número 216/2007; rec. n.º 1659/2000).

<sup>31</sup> **Artículo 202 del Reglamento Notarial.**

*Las **actas de notificación** tienen por objeto transmitir a una persona una información o una decisión del que solicita la intervención notarial, y las **actas de requerimiento**, además, intimar al requerido para que adopte una determinada conducta.*

<sup>32</sup> Según lo que corresponda en el caso concreto, de acuerdo al régimen establecido en los artículos 118 y siguientes del Texto Refundido.



*comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos.*

Debemos conocer si el sitio web, a través del cual hemos comprado, se halla adherido a algún código de conducta y conocer cuáles son los compromisos adquiridos en su caso.

La adhesión a códigos de conducta es una de las formas que tienen las empresas de generar confianza en el consumidor sobre su actividad. De esta manera, los clientes tienen en su mano la oportunidad de conocer toda la información de los mismos para saber qué derechos posee como consumidor por la mera adhesión el empresario a dicho código y qué tipo de información sobre el sitio web puede obtener antes de la venta.

Sin embargo, cabe realizar una serie de precisiones al respecto. El mero hecho de la existencia de un supuesto código de conducta, no nos garantiza su eficacia, o su validez real. Por ello, parece lógico que exista una autoridad gubernativa o entidad privada que audite su funcionamiento real. En el caso de España, debemos atender a lo establecido en el Real Decreto 1136/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión, desarrolló la disposición final octava de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, para la aprobación de un distintivo de identificación de los códigos de conducta<sup>33</sup> que ofrezcan determinadas garantías a los consumidores y usuarios.

El ámbito de aplicación de este Decreto es: “las corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores que adopten códigos de conducta destinados a regular las relaciones entre prestadores de servicios de la sociedad de la información y los consumidores y usuarios, cuando



<sup>33</sup> Este es el distintivo que las empresas adheridas podrán insertar en sus páginas web, mostrando así compromiso de responsabilidad en todas las relaciones con los consumidores.

la adhesión a tales códigos conceda el derecho al uso y administración del distintivo público de confianza en línea”, según su artículo tercero.

Este Real Decreto se aplicará, asimismo, a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que hagan uso de dicho distintivo.

La norma adoptada atribuye a la Administración General del Estado, a través de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, las competencias para los actos de concesión y retirada de este distintivo público en sus artículos 10 y 11 y en su disposición transitoria única. En los artículos 8.3 y 9 se atribuyen, en exclusiva, a AECOSAN competencias relativas al seguimiento de la supervisión del cumplimiento de los códigos y de las obligaciones de las entidades promotoras de estos. Es obvio que aquello a se comprometan los adherentes de un código de conducta que ostente el distintivo que aquí se regula, no será papel mojado respecto al usuario en las ventas a distancia por internet con empresarios adheridos al código. Muestra de lo anterior es lo dispuesto en el artículo 8, se prevé que los códigos de conducta contendrán procedimientos de evaluación de forma independiente e incluir un régimen sancionador para los prestadores de servicios.

Dispone el artículo 4 de este real decreto, que los códigos de conducta a los que se aplica esta norma deberán estar redactados en términos claros y accesibles, incluyendo como mínimo una serie de extremos:

a) Las garantías concretas que ofrecen a los consumidores y usuarios que mejoren o incrementen las reconocidas por el ordenamiento jurídico.

b) Un sistema de resolución extrajudicial de conflictos, ya sea el sistema arbitral de consumo u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista que publica la Comisión Europea<sup>34</sup> sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores y que respete los principios establecidos por la normativa comunitaria a este respecto.

c) Los compromisos específicos que asumen los prestadores de servicios adheridos en relación con los problemas concretos planteados a los consumidores y usuarios del sector, identificados según la información de los

---

<sup>34</sup> Recomendación 98/257/CE de la Comisión Europea.

promotores del código y la que, al efecto, les faciliten las asociaciones de consumidores y las Administraciones públicas sobre las reclamaciones presentadas por los consumidores y usuarios.

d) El ámbito de las actividades del prestador de servicios sometidas al código, que, al menos, englobará alguna de las siguientes áreas: las comunicaciones comerciales o la información precontractual, la contratación y los procedimientos de solución de quejas o reclamaciones, cuando estos sean distintos de los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos ya citados.

Actualmente son utilizados una multitud Códigos de conducta distintos, y el más importante en nuestro país es Confianza Online<sup>35</sup>, el cual se constituyó como iniciativa de un sistema de autorregulación público-privado de ámbito nacional bajo una forma jurídica de asociación sin ánimo de lucro, el promotor por parte del sector público es Red.es, entidad pública empresarial dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, que se ocupa del ámbito de telecomunicaciones y de la sociedad de la información entre otros campos.

Este autodenominado sistema de autorregulación, es considerado como código deontológico para relaciones comerciales y se centra entre otros aspectos, en el comercio electrónico y solución de problemas relacionados con protección de menores, accesibilidad, publicidad digital, privacidad y protección de datos. Confianza Online ha publicado un Código ético, cuyo brazo ejecutor es la Junta Nacional Arbitral de Consumo, que lo aplica respecto de aquellas empresas adheridas a este distintivo público de confianza en línea, en cuanto controversias planteadas por este cauce llegan a dicho órgano arbitral, previa mediación de consumo<sup>36</sup> (según dispone el Código de Conducta de Confianza Online).

---

<sup>35</sup> Podemos encontrar más información acerca su carácter de asociación sin ánimo de lucro, sus procedimientos, campañas, entidades adheridas, compromisos, etc. En: <https://www.confianzaonline.es>

<sup>36</sup> <https://www.confianzaonline.es/conocenos/#codigoetico>

El cual remite a las Juntas Arbitrales de Consumo, entre cuyas competencias recogidas en el artículo 6 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, está someter a mediación previa las controversias:

*f) Asegurar el recurso a la mediación previa al conocimiento del conflicto por los órganos arbitrales, salvo que no proceda conforme a lo previsto en el artículo 38*

Mas información en su apartado de Sistema de Resolución de reclamaciones en internet.

El presente Código de Conducta y el sistema de autorregulación CONFIANZA ONLINE obtuvieron con fecha de 15 de julio de 2005, el Distintivo Público de confianza por parte del AECOSAN, que fue publicado en el BOE de 25 de octubre del mismo año<sup>37</sup>.

La importancia de este sistema de autorregulación, viene dada por la creciente adhesión a él de ya más de dos mil setecientos prestadores de servicios establecidos en el estado español, tal como informa su web. El sello de confianza se concreta en un logo<sup>38</sup> para que los sitios web de empresas que forman parte de Confianza Online lo exhiban, y así los usuarios puedan identificar como indicador de su adhesión al código. Recordemos que este elemento es autorizado por AECOSAN en virtud de lo dispuesto en el Real Decreto 1136/2005, y es considerado un distintivo público de confianza en línea.

El sello posee relevancia para las webs de venta y en general, cualquier transacción electrónica, la exhibición del mismo supone que el usuario lo reconozca y tenga mas confianza en el propio sitio y por tanto en la fiabilidad del vendedor, puesto que tener la certeza de que que un organismo controla no sólo las condiciones de venta del sitio y que existe un método alternativo de resolución de conflictos (dependiendo del contenido del código de conducta aplicable), cuya información puede obtener en un momento precontractual (con hacer clic en el lugar del sitio web donde se halle el logo, consultando al detalle la información del vendedor). Por último, un consumidor que es exigente a la hora de la contratación podría visitar el portal web del sello, para comprobar su lista de adherentes y conocer comerciantes cuyo nivel de fiabilidad puede resultarle mas elevado.

---

<sup>37</sup> RESOLUCIÓN de 15 de julio de 2005, del Instituto Nacional del Consumo, por la que se da publicidad a la concesión del distintivo público de confianza en línea.



### 3. Arbitraje

#### 3.1. Arbitraje Convencional.

Para hacer un análisis completo, debemos conocer en primer lugar en que consiste el Arbitraje, regulado en la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

El arbitraje es un mecanismo de resolución de conflictos cuyo fundamento es la autonomía de la voluntad, son las partes quienes deciden someterse a él en las materias que les son disponibles<sup>39</sup>, “sin que sea necesario acudir a los órganos jurisdiccionales del Estado (salvo excepciones que se detallarán), comprometiéndose las partes a tal efecto a cumplir con lo que en dicho procedimiento arbitral se decida”<sup>40</sup>, con efectos de cosa juzgada<sup>41</sup> y ejecutable<sup>42</sup>. Su

---

#### <sup>39</sup> **Artículo 1. Ámbito de aplicación.**

1. Esta ley se aplicará a los arbitrajes cuyo lugar se halle dentro del territorio español, sean de carácter interno o internacional, sin perjuicio de lo establecido en tratados de los que España sea parte o en leyes que contengan disposiciones especiales sobre arbitraje.
2. Las normas contenidas en los apartados 3, 4 y 6 del artículo 8, en el artículo 9, excepto el apartado 2, en los artículos 11 y 23 y en los títulos VIII y IX de esta ley se aplicarán aun cuando el lugar del arbitraje se encuentre fuera de España.
3. **Esta ley será de aplicación supletoria a los arbitrajes previstos en otras leyes.**
4. Quedan excluidos del ámbito de aplicación de esta ley los arbitrajes laborales.

#### **Artículo 2. Materias objeto de arbitraje.**

1. **Son susceptibles de arbitraje las controversias sobre materias de libre disposición conforme a derecho.**
2. Cuando el arbitraje sea internacional y una de las partes sea un Estado o una sociedad, organización o empresa controlada por un Estado, esa parte no podrá invocar las prerrogativas de su propio derecho para sustraerse a las obligaciones dimanantes del convenio arbitral.

<sup>40</sup> Cita a LLAMAS BAO, CRISTINA *El arbitraje de consumo. Incidencia en la actividad empresarial*. Revista Internacional de Estudios de Derecho Procesal y Arbitraje. Nº3 – 2.013, p.10

<sup>41</sup> Así dispone el artículo 43 **Cosa juzgada y revisión de laudos** LA. *El laudo produce efectos de cosa juzgada y frente a él sólo cabrá ejercitar la acción de anulación y, en su caso, solicitar la revisión conforme a lo establecido en la ley 1/2000, de 7 de enero, de enjuiciamiento civil, para las sentencias firmes.*

<sup>42</sup> De acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 44 **Normas aplicables** LA.

*La ejecución forzosa de los laudos se regirá por lo dispuesto en la Ley de Enjuiciamiento Civil y en este título.*

libertad procedimental no impide considerar el arbitraje como un medio inconstitucional, sino como un equivalente jurisdiccional<sup>43</sup>

Este tipo de procedimiento se inspira en la libertad procedimental, respetando siempre los principios de igualdad, audiencia y contradicción de acuerdo al artículo 24 LA, de lo contrario la decisión finalice el proceso devendría nula de acuerdo al artículo 41.1.b)<sup>44</sup> Se desarrollan esta teoría general en el artículo 25 LA:

**Artículo 25. Determinación del procedimiento.**

1. *Conforme a lo dispuesto en el artículo anterior, las partes podrán convenir libremente el procedimiento al que se hayan de ajustar los árbitros en sus actuaciones.*

2. *A falta de acuerdo, los árbitros podrán, con sujeción a lo dispuesto en esta Ley, dirigir el arbitraje del modo que consideren apropiado. Esta potestad de los árbitros comprende la de decidir sobre admisibilidad, pertinencia y utilidad de las pruebas, sobre su práctica, incluso de oficio, y sobre su valoración.*

Por tanto, las partes pueden diseñar a su medida el procedimiento, plazos, y demás aspectos, como por ejemplo la elección de los árbitros (artículos 12 y 15 LA), respetando siempre los principios ya comentados y lo dispuesto en la Ley de Arbitraje cuando no existe acuerdo entre las partes al respecto.

El resultado final es que el árbitro o colegio arbitral emita un laudo motivado (artículo 37.4 LA), tiene que cumplirse obligatoriamente ya que es igual en sus efectos a una sentencia judicial. La posición del árbitro es idéntica a la del juez: las partes le presentan el caso, practican prueban respecto a los hechos y sobre esa base decide la controversia, sin perjuicio de su revisión (artículo 40 LA). En cuanto a

---

<sup>43</sup> Así se puede concluir del estudio de la jurisprudencia constitucional relativo al arbitraje en GASPAR LERA, SILVIA, *El ámbito de aplicación del arbitraje*. Aranzadi editorial. 1998.

<sup>44</sup> GONZÁLEZ-MONTES SÁNCHEZ, JOSE LUIS. *El control judicial del arbitraje*. Temas La Ley 2008.p.60

En el que analiza como motivo de anulación del laudo alcanzado la indefensión de una parte, es decir, la vulneración de los principios de igualdad, audiencia y/o contradicción, con causa en no tener la posibilidad de ataque, defensa, audiencia y/o contradicción que marque el procedimiento acordado, la institución arbitral seleccionada o la propia ley de arbitraje con independencia de las particularidades del cauce escogido.

la admisión de la prueba<sup>45</sup>, el apartado segundo del artículo 25 LA, equipara la potestad del árbitro a la del juez en materia probatoria, porque las facultades que otorga el precepto son respecto de la vigilancia de aspectos mínimos a los que se refiere el artículo 283 LEC<sup>46</sup>, por tanto, se infiere que en arbitrajes la admisión probatoria puede ser flexible.

Para iniciar el procedimiento, la Ley de Arbitraje exige la suscripción de un convenio arbitral, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9 LA es el pacto que alcanzan las partes para someter sus controversias al arbitraje, como cualquier contrato, obliga a las partes a cumplir lo estipulado que en esencia supone someter un asunto determinado al conocimiento de árbitros y la correlativa exclusión de la jurisdicción ordinaria. Ello no impide a un tribunal no arbitral conocer un asunto que, en principio, se sometió a arbitraje, así sucederá cuando lo quieran las partes; concretamente cuando se renuncie al arbitraje al someterse a la jurisdicción ordinaria, por el hecho de interponer la demanda ante un tribunal ordinario y, por parte del demandado por comparecer sin alegar la existencia de una cláusula de sometimiento a arbitraje (caso de sumisión tácita del artículo 56 LEC). El convenio bien puede configurarse como una cláusula insertada en un contrato o como acuerdo independiente, deberá expresar que cuestiones se someterán a arbitraje y constar por escrito u en otro medio que deje constancia, como puede ser soporte electrónico. Ha de tenerse en cuenta que, en cuanto los posibles conflictos derivados de un contrato de adhesión (forma habitual de contratación en este ámbito) la validez del convenio se regirá por las normas aplicables a dicho contrato según dispone el artículo 9.2 LA, lo que nos redirige a la Ley de Condiciones Generales de la

---

<sup>45</sup> Se puede consultar con precisión este aspecto en HINOJOSA SEGOVIA, RAFAEL *Comentarios a la Ley de Arbitraje*. Grupo Difusión. 2008. Y en GUILARTE GUTIERREZ, VICENTE. *Comentarios prácticos a la ley de arbitraje*. LexNova 2004

<sup>46</sup> **Artículo 283. Impertinencia o inutilidad de la actividad probatoria.**

1. *No deberá admitirse ninguna prueba que, por no guardar relación con lo que sea objeto del proceso, haya de considerarse impertinente.*
2. *Tampoco deben admitirse, por inútiles, aquellas pruebas que, según reglas y criterios razonables y seguros, en ningún caso puedan contribuir a esclarecer los hechos controvertidos.*
3. *Nunca se admitirá como prueba cualquier actividad prohibida por la ley.*

Contratación y en particular al Texto Refundido<sup>47</sup>. Por otro lado, hay que tener en cuenta que, conforme al artículo 57.4, “*los convenios arbitrales con los consumidores distintos del arbitraje de consumo previsto en este artículo, **sólo podrán pactarse una vez surgido el conflicto material o controversia entre las partes del contrato, salvo que se trate de la sumisión a órganos de arbitraje institucionales creados por normas legales o reglamentarias para un sector o un supuesto específico***”, siendo nulos los convenios arbitrales pactados en contravención de esta previsión. En coherencia con esta última, de acuerdo con el artículo 90.1 del mismo texto legal se considerarán abusivas y serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas las cláusulas que establezcan “*la sumisión a arbitrajes distintos del arbitraje de consumo, salvo que se trate de órganos de arbitraje institucionales creados por normas legales para un sector o supuesto específico*” (artículo 83.1 TRLGDCU)<sup>48</sup>.

Las características más destacadas del sistema arbitral en comparación con la vía judicial podríamos resumirlas en las siguientes:

- La resolución del conflicto con celeridad en un plazo máximo de seis meses (artículo 37.2 LA).
- Económico, por norma general es un procedimiento mas barato que acudir a un procedimiento judicial, cuyas costas se reparten por mitad entre las partes litigantes.
- Es una vía eficaz de resolución de controversias, porque parte de la voluntariedad de las partes y el compromiso de aceptar el laudo, ejecutable en un plazo de 5 años de acuerdo a lo dispuesto en la LEC<sup>49</sup> (artículo 44 LA).
- Se desarrolla por la actuación de profesionales y expertos en la materia que sea objeto de arbitraje (artículos 12 y 15 LA).
- Deber de confidencialidad de los árbitros, respecto a lo que se conozca en la sustanciación de la controversia (artículo 24.2 LA).

---

<sup>47</sup> Como bien señala CADARSO PALAU, JUAN en GUILARTE GUTIERREZ, VICENTE. Comentarios prácticos a la ley de arbitraje. LexNova 2004, p.742 y siguientes. La idea que nos transmite la aplicación del artículo 9.2 LA es la de analizar si el convenio arbitral inserto en un contrato se trata de una cláusula abusiva de acuerdo al artículo 80 del Texto Refundido.

<sup>48</sup> Cita a CADARSO PALAU, JUAN en GUILARTE GUTIERREZ, VICENTE. Comentarios prácticos a la ley de arbitraje. LexNova 2004, p.743

<sup>49</sup> Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil. Por esta norma se ejecutarán los laudos, de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 517 y siguientes.



Hasta ahora hemos visto la definición y características del arbitraje en breves términos y en esencia como se debe desarrollar.

La Ley de Arbitraje en su disposición adicional única<sup>50</sup>, establece su supletoriedad general frente a los arbitrajes especiales, es decir, que el arbitraje de consumo debe regularse por la normativa sustantiva que es el Texto Refundido, el cual nos redirige al Arbitraje Institucional. La ley nos dice que todo arbitraje de consumo debe seguir el cauce institucional, que a continuación se detallará, pero, no se prohíbe que entre vendedor y consumidor se acuda a un arbitraje general, y menos se cierre la puerta y vacíe de contenido los códigos de conducta<sup>51</sup>.

### 3.2. Arbitraje institucional en España.

El arbitraje en materia de consumo se implanta a través del Texto Refundido en sus artículos 57 y 58, a raíz de lo dispuesto en la *disposición adicional única* de la Ley de Arbitraje y el Artículo 14 de la misma norma<sup>52</sup>:

***“57.1. El Sistema Arbitral del Consumo es el sistema extrajudicial de resolución de conflictos entre los consumidores y usuarios y los empresarios a través del cual, sin formalidades especiales y con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, se resuelven las reclamaciones***

---

<sup>50</sup> **Disposición Adicional Única. Arbitrajes de consumo.**

*Esta ley será de aplicación supletoria al arbitraje al que se refiere la Ley 26/1984, de 19 de Julio, general de defensa de los consumidores y usuarios, que en sus normas de desarrollo podrá establecer la decisión en equidad, salvo que las partes opten expresamente por el arbitraje en derecho.*

La norma a la que se refiere esta disposición adicional única es al Texto Refundido, actual sucesora de la mencionada en el precepto pendiente de actualizar por el legislador.

<sup>51</sup> GONZÁLEZ SORIA, JULIO. *Comentarios a la nueva ley de arbitraje*. Aranzadi Thomson Reuters. 2011.

<sup>52</sup> **Artículo 14. Arbitraje institucional.**

*1. Las partes podrán encomendar la administración del arbitraje y la designación de árbitros a:*

*a) Corporaciones de Derecho público y Entidades públicas que puedan desempeñar funciones arbitrales, según sus normas reguladoras.*

*b) Asociaciones y entidades sin ánimo de lucro en cuyos estatutos se prevean funciones arbitrales.*

*2. Las instituciones arbitrales ejercerán sus funciones conforme a sus propios reglamentos.*

*3. Las instituciones arbitrales velarán por el cumplimiento de las condiciones de capacidad de los árbitros y por la transparencia en su designación, así como su independencia.*

de los consumidores y usuarios, siempre que el conflicto no verse sobre intoxicación, lesión o muerte o existan indicios racionales de delito.

*58.1. La sumisión de las partes al Sistema Arbitral del Consumo será voluntaria y deberá constar expresamente, por escrito, por medios electrónicos o en cualquier otra forma admitida legalmente que permita tener constancia del acuerdo.”*

El sistema arbitral de Consumo regulado en Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, también posee un sello de distintivo público<sup>53</sup> (regulado en el artículo 28 de la citada norma), y por tanto también un código de conducta para empresarios adheridos, como un registro público de empresas adheridas (artículo 31 RDSAC), con las ventajas que supone para el consumidor y que ya hemos analizado previamente.

Una de las funciones de las Juntas Arbitrales de Consumo, es según el artículo 6 de la citada norma, “a) *Fomentar el arbitraje de consumo entre empresas o profesionales, consumidores o usuarios y sus respectivas asociaciones, procurando la adhesión de las empresas o profesionales al Sistema Arbitral de Consumo mediante la realización de ofertas públicas de adhesión”.*

El arbitraje de Consumo previsto en este real decreto, está pensado para controversias surgidas entre consumidores nacionales o extranjeros con empresarios cuyo establecimiento se halle en España, así se infiere de la falta de referencia a un ámbito personal de competencia y ausencia de referencia a consumidores nacionales o extranjeros que desean reclamar contra comerciante extranjero (por lo que entendemos que será nacional o que radique en nuestro estado).

¿Cómo llegan los consumidores a este procedimiento? Bien por convenio arbitral, bien por estar la empresa adherida vía oferta pública de adhesión<sup>54</sup>

---

ANEXO I  
Distintivo de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo



o bien por solicitud del consumidor, así lo dispone el artículo 24 RDSAC. En relación con la solicitud, establece el artículo 34 RDSAC que mediante una solicitud por escrito a través de medio que permita tener constancia, es decir, en registro o en la oficina de consumo, o bien por internet (según lo dispuesto en las disposiciones aplicables al comercio electrónico, artículo 51 y siguientes RDSAC).

En estas solicitudes o formularios (dispuestos en la web<sup>55</sup>) deberán constar los siguientes datos:

*“a) Nombre y apellidos, domicilio, lugar señalado a efectos de notificaciones y nacionalidad del solicitante, y, en su caso, de su representante; en el caso de ciudadanos españoles, se expresará el número del documento nacional de identidad y, tratándose de extranjeros, se expresará el número de identidad de extranjero o, en su defecto, el de su pasaporte o documento de viaje.*

*b) Nombre y apellidos o razón social y domicilio del reclamado, así como, si fuera conocido por el reclamante, el domicilio a efecto de notificaciones, o, en último caso, si el consumidor o usuario no dispone de tales datos, cualquier otro que permita la identificación completa del reclamado.*

*c) Breve descripción de los hechos que motivan la controversia, exposición sucinta de las pretensiones del reclamante, determinando, en su caso, su cuantía y los fundamentos en que basa la pretensión.*

*e) En su caso, copia del convenio arbitral.*

*f) En el caso de que existiera oferta pública de adhesión al arbitraje en derecho, el reclamante deberá indicar si presta su conformidad a que se resuelva de esta forma.*

*g) Lugar, fecha y firma, convencional o electrónica”*

---

<sup>54</sup> Mecanismo regulado en los artículos 25 y siguientes, por el cual una empresa solicita adherirse y se resolverá al respecto en diez días, en dicha solicitud se menciona si optan por arbitraje en equidad o de derecho, así como si aceptan someterse a una mediación previa al arbitraje cuando exista una controversia.

<sup>55</sup> <http://arbitrajedeconsumo.msssi.es/cyu0.html>

Es la dirección web del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, al que se adscribe AECOSAN, y se accede al apartado de requisitos previos para la tramitación telemática del arbitraje de consumo, donde nos informan de como obtener formulario, y los requisitos técnicos para proceder a interponer nuestra solicitud de arbitraje por medio electrónico.

No hay que olvidar, que en la propia solicitud se debe proponer prueba<sup>56</sup>(cuyo coste la sufragará quien la proponga, y la común por mitad, excepción a la gratuidad del SAC) y adjuntar los documentos en que fundemos nuestra petición.

Se presentará en la Junta Arbitral que pactemos con el vendedor, o a la que éste se halle adherido (siempre a posteriori de surgir el conflicto, en momento anterior sería nulo el pacto de acuerdo al artículo 57.4 del Texto Refundido) y a falta de desacuerdo en la de nuestro propio domicilio como consumidor así lo dispone el artículo 8 de esta norma.

En cuanto es un sistema de resolución de conflictos voluntario, de no existir convenio arbitral válido, la Junta Arbitral competente compele al vendedor reclamado y no adherido, en los 15 días posteriores a la solicitud de arbitraje, para informarle del procedimiento y requerirle conteste si acepta (y en ese caso, formular las alegaciones que considere oportunas) o rechace; si no contesta se archivará el procedimiento tal como dispone el artículo 37.3.b) RDSAC.

En cuanto al procedimiento, algo difiere a los principios rectores respecto a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje, pues en este caso de acuerdo al artículo 41, dicho cauce de reclamación será gratuito, y como particularidad la inactividad de una de las partes no supone *ficta confessio* como en la LEC, de acuerdo al artículo 46 del real decreto.

También existen particularidades respecto a la sustanciación, pues una vez admitida la solicitud y contestada afirmativamente por el reclamado el

---

<sup>56</sup> Dispone el artículo 41 del Real Decreto 231/2008 de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo: “*El procedimiento arbitral de consumo se ajustará a los principios de audiencia, contradicción, igualdad entre las partes y gratuidad*”. El arbitraje de consumo es gratuito y la gratuidad sigue siendo uno de los rasgos básicos de este arbitraje. Sin embargo, debe tenerse en cuenta, que el desarrollo del arbitraje de consumo conlleva unos costes económicos que han de sufragar las partes y, por ello, debemos considerar que deben establecerse determinados mecanismos para conseguir que el mismo sea menos costoso. En materia probatoria, aunque las pruebas propuestas de oficio serán costeadas por la Administración de la que dependa la Junta Arbitral de Consumo, las pruebas propuestas por las partes las deben costear ellas mismas (art.45.3 del RD 231/2008).

Artículo 45.1.2º RD 231/2008, relativo a la prueba :  
*Serán admisibles como prueba los medios de reproducción de la palabra, el sonido y la imagen, así como los instrumentos que permitan archivar y conocer o reproducir palabras, datos, cifras y otras operaciones para el procedimiento.*

Es decir, se admite prueba documental, que en interpretación amplia del precepto quedarían admitidos pantallazos, emails entre ambas partes, memorias usb que contengan toda esta información y demás documentos relacionados con el contrato originario que da lugar a la controversia, etc.

procedimiento se inicia, con la invitación a una conciliación (artículo 42) o bien recurriendo a una mediación previa (artículo 38).

El RDSAC contempla en sus artículos 51 y siguientes la regulación del arbitraje de consumo electrónico, sobre el que no existe referencia alguna en la Ley de Arbitraje. El arbitraje de consumo electrónico es aquel que se sustancia íntegramente, desde la solicitud de arbitraje hasta la terminación del procedimiento, incluidas las notificaciones, por medios electrónicos, sin perjuicio de que alguna actuación arbitral deba practicarse por medios tradicionales así lo dispone el artículo 51.1, y la tramitación por este cauce necesita un acuerdo expreso de las partes, en caso contrario se seguirá por el establecido en el Capítulo IV RDSAC<sup>57</sup>. Sin diferencias en cuanto a competencia, junta arbitral competente, etc, la particularidad radica en la comodidad que resulta de una tramitación íntegra en línea.

Cabe añadir, que según donde nos encontremos se aplicará una normativa autonómica relativa a la protección de consumidores, que puede contener disposiciones que favorezcan el acceso a este mecanismo. Por ejemplo, la Ley de Consumidores de Galicia 2/2012 en su artículo 43 establece diversas medidas a favor del arbitraje.

*“4. Las sociedades mercantiles públicas autonómicas que mantengan relaciones de consumo deberán adherirse al arbitraje de consumo.*

*8. El incumplimiento de laudos arbitrales por parte de las empresas a las que hacen referencia las tres líneas anteriores legitimará para solicitar el reintegro de la ayuda o subvención o la resolución del contrato, a no ser que en las condiciones o en las bases se establezca otra previsión para este supuesto”*

Las aquí transcritas entre otras, son medidas compulsivas y en coercitivas que sin llegar a ser abusivas favorecen en gran medida el arbitraje institucional.

### **3.3. Arbitraje con vendedores con establecimiento en la UE.**

El reglamento (UE) N° 524/2013 del parlamento europeo y del consejo de 21 de mayo de 2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) nº2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE,

---

<sup>57</sup> Así lo explica BONACHERA VILLER GAS, RAQUEL, *Los arbitrajes especiales*, Civitas Thomson Reuters 2010. p.150 y ss.

según su artículo primero “se aplicará a la resolución extrajudicial de litigios relativos a obligaciones contractuales derivadas de contratos de compraventa o de prestación de servicios celebrados en línea entre un consumidor residente en la Unión y un comerciante establecido en la Unión mediante la intervención de una entidad de resolución alternativa incluida en la lista con arreglo al artículo 20, apartado 2, de la Directiva 2013/11/UE en la que intervenga una plataforma de resolución de litigios en línea”.

El reglamento mencionado establece una plataforma online para que el consumidor denuncie la vulneración de su derecho y establecer un canal de comunicación con el vendedor para acudir a un medio extrajudicial de resolución de conflictos, que se sustanciará ante una de las entidades acreditadas conforme al artículo 20 de la Directiva 2013/11/UE, con apoyo informativo a las partes del punto de contacto nacional que señale cada estado miembro.

Dispone el artículo 5 del reglamento que “será una plataforma **gratuita** para el consumidor, en las lenguas oficiales de la UE en la que podrá iniciar la solución extrajudicial del conflicto si por el Reglamento es competente y ante el órgano que designe competente cada estado”. Su apartado cuarto nos aclara cuáles son sus funciones:

*“4. La plataforma de resolución de litigios en línea desempeñará las siguientes funciones:*

*a) facilitar un formulario electrónico de reclamación que la parte reclamante pueda rellenar, de conformidad con el artículo 8;*

*b) informar de la reclamación a la parte reclamada;*

*c) determinar la entidad o entidades de resolución alternativa competentes y transmitir la reclamación a la entidad de resolución alternativa que las partes hayan acordado utilizar, de conformidad con el artículo 9;*

*d) ofrecer gratuitamente un sistema electrónico de tramitación de asuntos que permita a las partes y a la entidad de resolución alternativa tramitar en línea el procedimiento de resolución de litigios a través de la plataforma de resolución de litigios en línea;*

e) proporcionar a las partes y a la entidad de resolución alternativa la traducción de la información que sea necesaria para la resolución del litigio y que se intercambie a través de la plataforma de resolución de litigios en línea;

f) facilitar un formulario electrónico del que se servirán las entidades de resolución alternativa para transmitir la información contemplada en el artículo 10, letra c);

g) proporcionar un sistema de comentarios que permita a las partes expresar su opinión sobre el funcionamiento de la plataforma de resolución de litigios en línea y sobre la entidad de resolución alternativa que haya conocido de su litigio;

h) poner a disposición pública lo siguiente:

i) información general sobre la resolución alternativa de litigios como forma de resolución extrajudicial de litigios,

ii) información sobre las entidades de resolución alternativa incluidas en la lista con arreglo al artículo 20, apartado 2, de la Directiva 2013/11/UE que sean competentes para conocer de los litigios incluidos en el ámbito de aplicación del presente Reglamento,

iii) un manual en línea sobre el modo de presentar reclamaciones a través de la plataforma de resolución de litigios en línea,

iv) información, incluidos los datos de contacto, acerca de los puntos de contacto de resolución de litigios en línea designados por los Estados miembros de conformidad con el artículo 7, apartado 1, del presente Reglamento,

v) datos estadísticos del resultado de los litigios sometidos a entidades de resolución alternativa a través de la plataforma de resolución de litigios en línea.”

Esta plataforma supone poner luz a los derechos de los consumidores y facilitar mucho la reclamación, es lógico pensar que un consumidor medio ante una compra a un vendedor de otro estado miembro por una cuantía menor (en una horquilla de 50 a 200€) no reclamará, porque desconoce procedimiento, idioma, órgano competente, garantías procedimentales y fuerza ejecutiva del resultado.

La plataforma de resolución de litigios en línea transmitirá la reclamación a la entidad competente, que ambas partes hayan acordado someterse, para que la tramite y cuando lo haga, le indicará al consumidor los siguientes aspectos de la entidad pactada<sup>58</sup>:

*“a) la denominación, los datos de contacto y la dirección del sitio de internet de la entidad de resolución alternativa;*

*b) en su caso, las tarifas del procedimiento de resolución alternativa;*

*c) el idioma o idiomas en que podrá tramitarse el procedimiento de resolución alternativa;*

*d) la duración media del procedimiento de resolución alternativa;*

*e) el carácter vinculante o no vinculante del resultado del procedimiento de resolución alternativa;*

*f) los motivos por los cuales la entidad de resolución alternativa podrá negarse a conocer de un litigio determinado con arreglo al artículo 5, apartado 4, de la Directiva 2013/11/UE.”*

Respecto a la tramitación, establece el artículo 9 que la plataforma transmitirá la solicitud a la parte reclamada, a través de un requerimiento para que en un plazo de 10 días, bien señale la entidad de resolución a la que se haya obligado a derivar sus conflictos (es decir, si se halla adherido a alguna entidad encargada de arbitraje o código de conducta como hemos visto) o bien, señale cuál de las entidades competentes de acuerdo al artículo 20 de la directiva está dispuesto a aceptar. Lo dispuesto en el reglamento es de obligado cumplimiento y no contempla una falta de respuesta, y lo que el vendedor reclamado decida se comunicará al reclamante, para que por requerimiento acepte someterse a la entidad de la que viene obligado a someterse el reclamado o de no darse esa circunstancia, señalar una de las entidades que ha aceptado de las que figuran en la señalada lista. Si hay acuerdo respecto a una entidad de resolución alternativa de entre las competentes se les remitirá a ella para que comience la sustanciación del procedimiento que corresponda. De no existir acuerdo o de no existir entidad competente no se podrá seguir por este cauce procesal, tal como están redactados los preceptos, se infiere que el desacuerdo sólo puede ser imputable al reclamante, por no aceptar la entidad a la que se halle

---

<sup>58</sup> Así lo dispone el artículo 9, apartado 5º del Reglamento analizado.



adherido el vendedor, o por no aceptar una de las señaladas por el anterior y por ello se le penaliza. Sin embargo, el reglamento no permite que el consumidor se halle indefenso, porque en caso de desacuerdo el artículo 9.5 establece:

*“Se informará a la parte reclamante de la posibilidad de ponerse en contacto con un asesor de resolución de litigios en línea para obtener información de carácter general sobre otras vías de recurso.”*

Las ventajas de este procedimiento, según su artículo 10, el procedimiento se resolverá en un plazo máximo de 90 días naturales desde la recepción del expediente por la entidad competente para el arreglo de la controversia (artículo 8 de la directiva señalada), no requiere presencia física (salvo norma procedimental propia del órgano resolutor, por lo que hemos de entender que pretende impulsar el arbitraje electrónico) y se transmitirá la resolución a la mayor brevedad posible, y los empresarios establecidos en la Unión Europea están obligados por este reglamento a incluir en sus portales web un enlace a la plataforma de resolución de conflictos aquí comentada así como una breve información al respecto (así lo establece el artículo 14).

La plataforma de resolución de litigios en línea no decide el procedimiento concreto que se sustanciará entre las partes ante la entidad escogida, serán las partes las que en la elección del agente externo quienes lo determinen. Esto supone que tanto puedan escoger una mediación, un arbitraje, una conciliación u otros procedimientos que en España desconocemos. Sin embargo, cabe pensar que será un arbitraje el procedimiento ofertado por las señaladas entidades encargadas de la resolución del conflicto. En primer lugar, si el vendedor se halla obligado por un código de conducta, habitualmente el procedimiento es un arbitraje. En segundo lugar, si no hay vinculación a un código de conducta, las partes preferirán acudir a un arbitraje por su fuerza vinculante y heterocompositiva, dejando zanjada la cuestión y que no se vuelva a reproducir. Y, por último, en cuanto la plataforma remite la documentación y acuerdo de las partes vía internet al órgano competente para conocer de la controversia, cabe inferir que de escoger un arbitraje este sería electrónico por comodidad, agilidad y la distancia física entre las partes (la plataforma es para resolución de conflictos entre partes de distintos estados miembros).

Sin embargo, en España nos encontramos con dos inconvenientes respecto a la plataforma. Primero, la plataforma nos indica que no dispone de organismos de resolución de conflictos en nuestro país, de hecho la plataforma nos remite a información al “punto de contacto nacional”, según el artículo 7 del reglamento, “cada estado designará un punto de contacto nacional que prestarán apoyo a la resolución de litigios relacionados con reclamaciones presentadas a través de la plataforma de resolución de litigios en línea y desempeñarán funciones de asesoramiento a consumidores que tengan intención de presentar una reclamación”. En España se trata del Centro Europeo del Consumidor (<http://www.cec.consumo-inc.es/index.php>), competente para asesorar a ciudadanos de un estado comunitario que adquiere un bien o contrata un servicio en cualquier parte del territorio español, o bien a un ciudadano español que adquiere un bien o contrata un servicio en un estado comunitario que no sea España. De acuerdo a lo anterior el órgano resolutor será del estado miembro donde se establezca la empresa, y cuyo laudo arbitral en caso de querer ejecutarse lleva un proceso judicial mas largo que de ser dictado en España, porque habrá que atender a lo dispuesto en el artículo 46 de la Ley de Arbitraje:

#### **Artículo 46 Carácter extranjero del laudo. Normas Aplicables.**

*1. Se entiende por laudo extranjero el pronunciado fuera del territorio español.*

*2. El exéquatur de laudos extranjeros se regirá por el Convenio sobre reconocimiento y ejecución de las sentencias arbitrales extranjeras, hecho en Nueva York, el 10 de Junio de 1958, sin perjuicio de lo dispuesto en otros convenios internacionales mas favorables a su concesión, y se sustanciará según el procedimiento establecido en el ordenamiento procesal civil para el de sentencias dictadas por tribunales extranjeros.*

Y, en consecuencia, también a lo dispuesto en la Ley 29/2015, de 30 de Julio, de Cooperación jurídica internacional en materia civil, en cuanto a que en relación a las fuentes de esta norma lo serán las normativas especiales, entre las que se encuentra la ley de arbitraje (según dispone su disposición adicional 1ª e), estableciendo la conexión de ambas normas).

El segundo problema es la prohibición de usar la plataforma para controversias entre consumidor y comerciante establecidos en el mismo estado miembro, con lo cual no se pueden disfrutar de las ventajas que ofrece el reglamento. Sin embargo, esta regulación supone un cambio trascendental en el arbitraje de consumo y puede inspirar una reforma legislativa interna en este ámbito, o quizá una reforma desde el derecho comunitario que aun que mas descafeinada afecte también a nuestro ordenamiento, siempre de cara a lograr superar el desequilibrio interpartes de la relación consumidor-vendedor.

#### **4. Mediación.**

La mediación es un mecanismo alternativo de resolución de conflictos recogido en la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles. Se trata una vía voluntaria a la que someterse para alcanzar un acuerdo por ambas partes, libremente, de forma voluntaria y confidencial, consensuada gracias a la intervención de un tercero, cuyo objetivo es facilitar el acuerdo por medio de técnicas comunicativas, y sin imposición, ni sugerencia de la solución por el mediador (persona independiente)<sup>59</sup>.

Este procedimiento se inspira en la voluntariedad, la confidencialidad de los hechos relatados en el procedimiento, así como de los documentos, y demás efectos probatorios que se muestren en el procedimiento, con la intervención de un tercero imparcial, que es el mediador y que guiará a las partes a través de las distintas fases de la mediación, que serán diseñadas en función de las necesidades de las partes. Es un mecanismo muy flexible, que tras la solicitud de mediación ya sea por una de las partes o conjunta, se convocará a ambas a una sesión informativa sin compromiso ni vinculante para llevar adelante la sustanciación del procedimiento, en la que se informará a los mediados de cuáles son las normas del mecanismo, como son las fases del mismo, los principios que lo inspiran y las consecuencias jurídicas de alcanzar un acuerdo, que será firmado por el mediador y encargado de elevarlo a escritura pública para su posible ejecución, en caso de

---

<sup>59</sup> Para mayor información respecto a la Mediación y el desarrollo de este procedimiento, consúltese la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles.

incumplimiento de lo dispuesto en el acuerdo de mediación.

De buena fé el vendedor puede someterse a ella, pero, la realidad nos dice que no es habitual y la no avenencia por su parte, no tiene consecuencia alguna. Por su voluntariedad, siempre será contemplada, pero no va mas allá. Sin embargo, por su confidencialidad sí que es un mecanismo atractivo para aquellas empresas que pretenden cuidar de sus clientes. Y cuando hay voluntad de someterse alcanzar un acuerdo no es cuestión compleja, diversos estudios (realizados respecto a mediación en otras áreas del derecho) concuerdan en que las mediaciones fructifican y que los acuerdos logrados apenas son cuestionados a posteriori, en cuanto ha sido fruto de la voluntad de ambas partes<sup>60</sup>.

La mediación de consumo es una especialidad, del mecanismo regulado en la Ley 5/2012 de Mediación Civil y Mercantil, aunque dicha norma ni la mencione, como tampoco lo hace el TRLGDCU. Sin embargo, en el ámbito autonómico se han dictado una serie de normas en defensa de consumidores que sí la contemplan<sup>61</sup>. En cuanto especialidad, no es un procedimiento distinto y por tanto su resultado es acogido por el artículo 517.2.2º LEC, en cuanto a instar la ejecución de lo acordado. Por último, cabe recordar que la mediación es ofrecida tanto en la vía judicial (artículo 440 LEC, y demás concordantes) como en el arbitraje institucional de consumo (artículo 38 RDSAC).

## 5. Conciliación.

Es un mecanismo en el que interviene un tercero para facilitar el

---

<sup>60</sup> Fuentes : -<http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-95-conflictos-sometidos-mediacion-culmina-acuerdo-partes-expertos-20130710191108.html>  
-<https://mediacionesjusticia.com/2015/01/27/datos-estadisticos-de-mediacion-familiar-intrajudicial-en-malaga/>  
-<http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Mediacion/Datos-estadisticos/>

<sup>61</sup> Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía.  
Ley 22/2010 del 20 de julio del Código de Consumo de Cataluña y el Decreto 98/2014 de 8 de julio, sobre el procedimiento de mediación en las relaciones de consumo.

acercamiento de posiciones, pero, sin potestad decisoria<sup>62</sup>. Existen dos modos, primero la *conciliación extrajudicial o preventiva* y la *judicial*.

La primera de ellas se regula en la Ley 15/2015, de 2 de Julio, de la Jurisdicción Voluntaria, en sus artículos 139 a 148. Siempre sobre materias sobre las que exista libre disposición tal como la que analizamos en este trabajo, así se desprende del ámbito de aplicación negativo recogido en el artículo 139.4º LJV. Se citará al requerido y de no comparecer se archivará, de sí hacerlo las partes podrán explicar en que apoyan sus posturas, replicarse, exhibir documentos y el tercero interviniente (Juez de Paz o Letrado de la Administración de Justicia del juzgado de primera instancia o del juzgado de lo mercantil, artículo 140 LJV) intentará moderar con orientación a la avenencia de las partes. De conseguirse, el LAJ dictará decreto o el bien el Juez dictará auto, y ambas resoluciones serán directamente ejecutables de acuerdo al artículo 517.2.9º LEC

La conciliación judicial se regula en sede de la audiencia previa al juicio, en los artículos 414, 415 y 428.2. LEC. En el momento anterior a la audiencia previa, el LAJ convocará a las partes a la misma informando de la posibilidad de recurrir a una neogiciación para intentar solucionar el conflicto, respecto de la cual las partes contestarán una vez comparecidas. Una vez iniciada la audiencia previa, el tribunal podrá invitar a las partes a que intenten un acuerdo que ponga fin al proceso, una vez declarado abierto el acto y comprobado que subsiste el litigio, si las partes no hubiesen llegado a un acuerdo o no se mosen dispuestas a concluirlo de inmediato, la audiencia continuará. Por tercera vez en la audiencia previa, puede darse un intento de conciliación si tras la fijación de los hechos controvertidos, se observa que estuvieren conformes en todos o casi todos los hechos, el juez les invitará de nuevo a alcanzar un acuerdo y evitar el litigio. El papel del juez es de conciliador pese a estar ejerciendo la potestad jurisdiccional que le atribuye el artículo 117.3 CE, no puede sugerir soluciones, sólo impulsar el diálogo y realizar algunas indagaciones para facilitar la comunicación entre las partes o incluso exponiendo las ventajas procesales de un acuerdo, extralimitandose podría incurrir en un motivo de

---

<sup>62</sup> Tal como explica BLANCO CARRASCO, MARTA en *Mediación y sistemas alternativos de resolución de conflictos, una visión jurídica*. Editorial Reus 2009. P.166 y ss.

recusación<sup>63</sup>. En este caso, de concluirse con acuerdo se homologaría de acuerdo al artículo 415.2 LEC, directamente ejecutable.

## 6. Acceso de la controversia a la jurisdicción ordinaria.

El consumidor puede acudir a la justicia ordinaria para obtener la tutela efectiva de sus derechos e intereses legítimos en cuanto ha surgido una disputa con el empresario, facultad que es un derecho fundamental recogido en el artículo 24.1 de la Constitución Española, si bien la protección que le dispensan los jueces y tribunales no constituye el único mecanismo de que dispone para alcanzar dicho fin, pues ésta concurre, en el Ordenamiento jurídico español como otros instrumentos o mecanismos de heterocomposición de intereses como son, señaladamente en el ámbito del Derecho de consumo, el arbitraje y los procedimientos de mediación. La previsión normativa de mecanismos y procedimientos eficaces de tutela de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, sean éstos de naturaleza patrimonial o estrictamente económica, o sean de naturaleza extrapatrimonial (salud, entendida como protección integral de la persona, tanto en su dimensión estrictamente corporal, como espiritual) es un deber de los poderes públicos a tenor de la disposición constitucional que se contiene en el artículo. 51.1 de la CE:

«Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos».<sup>64</sup>

En materia de consumo no se contempla cauce propio en la LEC, por lo que cuando un consumidor decide acudir a la justicia ordinaria tiene que acudir a un procedimiento según cuantía. Acudirá por la jurisdicción civil a través del artículo 249.2 o bien 250.2, según la cuantía exceda o no de los 6.000€ y ventilándose por juicio ordinario o juicio verbal respectivamente. La LEC habilita a los consumidores a defenderse a sí mismos sin necesidad de contratar los servicios de un procurador y

---

<sup>63</sup> Como por ejemplo el recogido en el artículo 219.10º LOPJ:

**Artículo 219.**

Son causas de abstención y, en su caso, de recusación:  
10.ª *Tener interés directo o indirecto en el pleito o causa.*

<sup>64</sup> Cita J. M. BUSTO LAGO, Reclamaciones de consumo (Derecho de consumo desde la perspectiva del consumidor), Ed. Aranzadi – INC, Cizur Menor, 2008 (2ª edic.), pg 332.

letrado, de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 23.2.1º y 31.2.1º LEC o a disponer de sus servicios. En relación al párrafo previo, de escoger este mecanismo el consumidor contratará los servicios de un abogado, que dirija la estrategia procesal a seguir en virtud del procedimiento correspondiente (juicio ordinario/verbal).

En la justicia ordinaria el demandante (consumidor y usuario) debe redactar una demanda que cumpla con los requisitos expuestos en los artículos 399 y siguientes de la LEC, cumpliendo con los requisitos procesales como materiales de derecho de consumo para defender de una manera eficaz sus intereses, siempre que la cuantía les permita la autodefensa. Lo mas habitual es que controversias en materia de ventas por internet, es que no superen los 2.000€, sean cantidades mas pequeñas. En ese caso la LEC habilita a los consumidores a defenderse a sí mismos sin necesidad de contratar los servicios de un procurador y letrado como se explicó. La circunstancia anterior supone un arma de doble filo, bien que el consumidor se ahorre costes y de prosperar su petición también las costas y la justicia le habría reparado la falta de conformidad que diese origen al pleito.

Es un hecho notorio que la justicia de nuestro país necesita mucha mejora en infinidad de aspectos, sobre todo en agilidad porque según la estadística judicial la duración media de los asuntos en los Juzgados de Primera instancia es de 6 meses, como vemos en el Gráfico 3, por lo que no podemos esperar una sustanciación veloz del procedimiento.

### Gráfico 3

Consejo General del Poder Judicial

89

#### Duración estimada de los asuntos

El tiempo que los asuntos están en los órganos judiciales es otro indicador de la calidad de la Justicia. Se ofrecen estimaciones de las duraciones medias de los asuntos terminados en cada periodo. Estas estimaciones se han obtenido por medio de un modelo matemático que hace uso de los números de asuntos ingresados, resueltos y en trámite al comienzo de cada periodo, datos facilitados por la Estadística Judicial del Consejo General del Poder Judicial. **La duración se expresa en meses.**

Fuente: Estadística Judicial. Consejo General del Poder Judicial.

#### Órganos de la Jurisdicción Civil

	2015	2014	2013	2012	2011
Jdos. 1ª Instancia	5,6	6,2	7,1	7,2	8,0

## **7. Anteproyecto de Ley de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo.**

Existe un Anteproyecto de Ley de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo, que por los avatares políticos del presente año todavía no ha visto la luz. Se trata de la transposición a derecho interno de la Directiva 2013/11/UE sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo, comentada en el epígrafe 3.3., cuyo contenido será previsiblemente el que adopte la ley que transponga definitivamente la mencionada directiva.

Esta norma será de aplicación a los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos de consumo, nacionales y transfronterizos, y se aplicará tanto a los conflictos derivados de contratos suscritos en línea o no, así como a los conflictos cubiertos por el Reglamento (UE) 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE. Entendemos por tanto, que aplicable a los procedimientos ya analizados cuando el objeto verse sobre derecho de consumo.

Dicho anteproyecto contempla, en su artículo séptimo, la posibilidad de introducción en contratos cláusulas de sumisión expresa del conflicto presentes en infinidad de contratos, dichas cláusulas sólo serán alegables por el consumidor y no por el empresario, salvo que se pacte después de surgir conflicto.

Como novedad, en cuanto al procedimiento previo, con independencia de someterse a mediación, arbitraje u otro *adr*, el artículo 15 faculta a las entidades de resolución de conflictos a declarar como causa de inadmisión de las solicitudes las siguientes:

*“a) Cuando el consumidor no se hubiera puesto previamente en contacto con el empresario para intentar resolver el asunto.*

*b) En el caso de que no se aprecie afectación de los derechos y legítimos intereses de los consumidores o resulte infundada la reclamación*



*c) En el caso de que el contenido de la reclamación fuera vejatorio.*

*d) Si el conflicto hubiera sido planteado o resuelto por otra entidad de resolución alternativa de conflictos o por un órgano jurisdiccional.*

*e) En el supuesto de que el valor de la pretensión fuera inferior a 50€ o superior a 3000€.*

*f) Cuando en el momento de la presentación de la reclamación haya transcurrido más de un año desde el momento que el consumidor hubiera planteado la reclamación ante el empresario.”*

La primera de ella nos guía por un cauce de resolución amistoso, se refiere a haber reclamado directamente al empresario, en cuyo caso el artículo 21.4 TRLGDCU establece plazo de un mes para que este responda.

La segunda faculta a la entidad correspondiente a realizar un examen previo de la cuestión, en el que internamente prejuzgará la cuestión para admitirla o no a trámite.

La última de ellas toma en cuenta la cuantía del asunto, si bien las entidades aceptar toman esta causa de inadmisión como suya, cuando la cuantía sea superior a 3.000€ este tipo de conflictos deberán encauzarse bien por arbitraje institucional, bien por la jurisdicción ordinaria. No parece descabellado poner dicho límite en una cuantía importante, y por la que podría ser rentable acudir al juzgado a reclamar.

Con carácter previo a inicio de cualquier procedimiento, dicho anteproyecto obliga a las entidades, a poner una serie de datos a disposición del consumidor, los mismos que el reglamento obliga a las entidades en resolución de conflictos transnacionales en línea, tales como idioma del procedimiento, coste, duración, etc.

De acuerdo al artículo 16.1. de dicho anteproyecto, el resultado del procedimiento se dará a conocer a las partes en un plazo máximo de noventa días naturales desde la fecha en que la entidad haya recibido el expediente completo de reclamación, prorrogando cuando concurra especial complejidad.

En sede de información y obligaciones del empresario, artículo 35 3. del anteproyecto, *“si el consumidor hubiera dirigido su reclamación directamente a un empresario que no estuviera obligado a aceptar la intervención de una entidad de solución alternativa y el conflicto no hubiera sido resuelto satisfactoriamente, el empresario vendrá obligado a informar de la existencia de, al menos, una entidad que sea competente para conocer de la reclamación, indicando si acepta o no su intervención para su resolución”*. Es decir, a diferencia del reglamento para conflictos en línea transnacionales, existen una vía de escape de la empresa para no someterse a un mecanismo de resolución de conflictos. Debemos esperar a que se transponga y comprobemos si es esta la redacción de la futura ley u otra mas protectora del consumidor.

En relación al coste del procedimiento, dispone el artículo 11 del anteproyecto, la gratuidad para los consumidores o bien una cuantía simbólica máxima de 30€. Es decir, se promoverá el acceso del consumidor a los adr españoles. En relación a las empresas nada se dispone, con lo que no existe cuantía máxima. Sin embargo, atendiendo a la memoria de análisis de impacto normativo de este anteproyecto<sup>65</sup>, considera que no existiendo límite para el empresario, debe tomarse una cuantía también moderada y ejemplifica con 30€.

## **8. Conclusiones.**

I. Ante un conflicto en las ventas a distancia por internet, el primer paso es conocer si el vendedor se halla adherido a un código de conducta y la información relativa al mismo y las características del procedimiento. A continuación, contactar

---

<sup>65</sup> Publicada en el Portal de Transparencia del Gobierno de España, en Abril de 2.015.  
<http://transparencia.gob.es/servicios-buscador/contenido/normaelaboracion.htm?id=NormaEV30L0-20151501&fcAct=2016-10-26T17:17:38.360Z&lang=es>

con el empresario con objeto de comentar lo sucedido, y en caso de no haber entendimiento accionar el procedimiento al que se halla obligado. En caso contrario, es vital valorar el mecanismo de resolución de conflictos idóneo.

**II.** Respecto al acceso a la justicia ordinaria de las controversias surgidas en las ventas a distancia por internet, no es una buena elección para el consumidor que esté dispuesto a reclamar, por las siguientes razones:

Primera.- Como hemos visto en el Gráfico 3, la duración del mismo puede demorarse bastante en comparación a la preocupación por resolver el asunto. Teniendo en cuenta que son habituales las compras de escasa cuantía, pierde sentido y objeto el pleito en cuanto es más fácil asumir la pérdida y comprar de nuevo, que esperar tantos meses.

Segunda.- No deja de ser un procedimiento que debe pagarse, es algo poco probable que el demandante (consumidor y usuario) redacte una demanda que cumpla con los requisitos expuestos en los artículos 399 y siguientes de la LEC, utilizando conocimientos jurídicos tanto procesales como civiles y especializados en consumo para defender de una manera eficaz sus intereses, salvo que se trate de un jurista versado en la materia, por lo que habrá que contar con honorarios de abogados y procurador para asegurar una demanda bien fundamentada, añadir el elemento distancia (salvo que ambas partes residan en áreas próximas) que puede elevar el coste haciendo del todo insostenible encauzar por esta vía cualquier pretensión de reparación y, por otra parte, en la jurisdicción civil hay que hacer frente a las costas del procedimiento de acuerdo al artículo 241 LEC, que incluirán los citados honorarios de la defensa y representación de la otra parte, en caso de no ser reconocida la pretensión del consumidor demandante, que supone un riesgo de asumir un coste mayor al del interés que suscitaba el objeto principal del proceso.

Tercera.- En caso de haber realizado una compra fuera de España, es mejor acudir a algún mecanismo alternativo de resolución de conflictos.

**III.** En cuanto a la transacción, conciliación y mediación, pese a ser los medios de resolución más ágiles, su éxito depende única y exclusivamente de la voluntad de la contraparte en cuanto son métodos autocompositivos (aquellos en que la solución tiene origen en las propias partes de la controversias, sin la imposición de un tercero independiente.), por ello, depender de la buena fé de la otra parte no

genera ni una expectativa ni prudencia de elegir estos caminos, porque de llegar a buen puerto en la negociación es necesario que se traduzcan las palabras en hechos y traducir el acuerdo bien en escritura pública u homologarlo ante un juez, teniendo un arma para garantizar el cumplimiento de la solución en sede de ejecución judicial, 20 días después de acuerdo a lo dispuesto en la LEC. Y en cuanto que dependen de la buena fé, de existir quizá no fuere necesario acudir a estos métodos de resolución de conflictos, por atender el vendedor a la reclamación del consumidor y solucionarla satisfactoriamente. Sin embargo, no deben ser descartados de inmediato, como vimos tienen aspectos positivos para la otra parte, como la confidencialidad y la expectativa de alcanzar una solución querida por ambas partes. Por tanto, deberíamos intentar esta vía antes que acudir al juzgado.

La mediación, siendo un mecanismo novedoso y en auge, como herramienta alternativa de resolución de conflictos en materia de Derecho de consumo, no está consolidada ni avanzada por una razón sencilla, la voluntariedad de este mecanismo. Recordemos que analizamos la protección de ventas por internet, con lo que resulta improbable desarrollar una mediación presencial sin elevar los costes y teniendo en cuenta que no está desarrollada la mediación vía internet.

**IV.** En teoría el mejor mecanismo para la protección de los derechos e intereses de los consumidores, parece el uso de la plataforma de resolución de conflictos en línea de la Unión Europea escogiendo una entidad arbitral, no sólo por el plazo de tres meses para su resolución frente a los 6 del arbitraje institucional español y convencional, o plazos sine die de la justicia ordinaria, también por la celeridad, sencillez de la sustanciación del proceso, flexibilidad probatoria, así como la completa información inicial a las partes. Sin embargo, sólo funciona para litigios transnacionales y traer un laudo o acuerdo de mediación dictado en otro estado miembro de la Unión Europea todavía no es ágil. Al menos, supone un gran avance en la resolución de conflictos, pero todavía queda mucho por mejorar, impulsar un instrumento europeo de ejecución de títulos asimilados a judiciales. En España debería implantarse una plataforma similar para ventas desarrolladas dentro del territorio nacional.

**V.** En cuanto al arbitraje en materia de consumo siempre nos quedan la opción de recurrir a un órgano arbitral privado o acudir al Sistema Arbitral de Consumo. En el primer caso, estaríamos igualmente ante un proceso cuyo laudo es igualmente ejecutable y una decisión vinculante, pero costada por ambas partes; mientras que en el segundo será gratuito. En cuanto a procedimiento la diferencia radica en la total libertad procedimental del primero, lo que puede llevar a mayor enfrentamiento de las partes, frente a un cauce preestablecido del Sistema Arbitral de Consumo en el que además tenemos la garantía de que los árbitros son profesionales en la materia y acreditados por el Presidente de la Junta Arbitral de Consumo, tal como dispone el artículo 17 RDSAC.

**VI.** El anteproyecto de ley de resolución alternativa de conflictos de consumo no es muy concreto respecto a su contenido. Además de transponer la directiva correspondiente, va más allá y establece las directrices a seguir en nuestro ordenamiento al respecto. En resumen, las novedades de dicho anteproyecto significan un apoyo definitivo por parte de la Administración a las ADR, estableciendo plazos breves para su resolución (90 días), mínimo coste para ambas partes, y mucha información respecto de las entidades competentes a disposición del consumidor. De aprobarse dicha redacción estaremos ante un gran paso en la materia, y en una mejora de la protección procesal del consumidor, al ofrecer más garantías a los ADR existentes.

## FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS:

### LEGISLACIÓN

- Directiva 2013/11/UE del parlamento europeo y del consejo de 21 de mayo de 2013 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) no 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE
- Reglamento Roma I 593/2008, sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales, por primacía de normativa europea
- Reglamento 1215/2012 Bruselas I.bis DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 12 de diciembre de 2012 relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil.
- El reglamento (UE) Nº 524/2013 del parlamento europeo y del consejo de 21 de mayo de 2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) nº2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE
- Ley 7/1996, de ordenación del comercio Minorista, «BOE» núm. 15, de 17 de enero de 1996, páginas 1243 a 1254 (12 págs.)
- Ley 7/1998 de 13 de abril, de Condiciones Generales de la Contratación, «BOE» núm. 89, de 14 de abril de 1998, páginas 12304 a 12314 (11 págs.)
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. «BOE» núm. 298, de 14/12/1999
- Ley 1/2000, de Enjuiciamiento Civil BOE» núm. 7, de 08/01/2000.
- Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, *Boletín Oficial del Estado*, de 11 de julio de 2002, p. 25388.
- Ley 60/2003, de Arbitraje, «BOE» núm. 309, de 26/12/2003. .
- Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles «BOE» núm. 162, de 7 de julio de 2012, páginas 49224 a 49242 (19 págs.)
- Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes

complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

- Ley 15/2015, de 2 de Julio, de Jurisdicción Voluntaria «BOE» núm. 158, de 3 de julio de 2015, páginas 54068 a 54201 (134 págs.)

- Ley 29/2015, de 30 de Julio, de Cooperación jurídica internacional en materia civil, «BOE» núm. 182, de 31 de julio de 2015, páginas 65906 a 65942 (37 págs.)

- Real Decreto de 24 de julio de 1889, Código Civil, «BOE» núm. 206, de 25/07/1889.

- Decreto de 2 de junio de 1944, por el que se aprueba con carácter definitivo el Reglamento de la organización y régimen del Notariado.

- Real Decreto 1136/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión

- Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia.

- 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 consumidos y usuarios y otras leyes complementarias.

- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ALAMEDA DAVID, *El comercio electrónico crece en España a su mayor ritmo en casi seis años*. Abril, El País 2016.

- BLANCO CARRASCO, MARTA en *Mediación y sistemas alternativos de resolución de conflictos, una visión jurídica*. Editorial Reus 2009.

- BONACHERA VILLER GAS, RAQUEL, *Los arbitrajes especiales*, Civitas Thomson Reuters 2010.

- BUSTO LAGO, -J. M. *Reclamaciones de consumo* (Derecho de consumo desde la perspectiva del consumidor), Ed. Aranzadi – INC, Cizur Menor, 2008 (2ª edic.).
- DE LEÓN ARCE, ALICIA. *Derechos de los consumidores y usuarios: (doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*. Tirant Lo Blanc 2007.
- GASPAR LERA, SILVIA, *El ambito de aplicación del arbitraje*. Aranzadi editorial. 1998.
- GONZÁLEZ-MONTES SÁNCHEZ, JOSE LUIS. *El control judicial del arbitraje*. Temas La Ley 2008.
- GONZÁLEZ SORIA, JULIO. *Comentarios a la nueva ley de arbitraje*. Aranzadi Thomson Reuters. 2011.
- GUILARTE GUTIERREZ, VICENTE. *Comentarios prácticos a la ley de arbitraje*. LexNova 2004.
- HINOJOSA SEGOVIA, RAFAEL *Comentarios a la Ley de Arbitraje*. Grupo Difusión. 2008.
- LLAMAS BAO, CRISTINA *El arbitraje de consumo. Incidencia en la actividad empresarial*. Revista Internacional de Estudios de Derecho Procesal y Arbitraje. Nº3 – 2.013
- PACHECO JIMÉNEZ, Mª NIEVES. *El imparable avance de los medios de pago* Revista CESCO de Derecho de Consumo.
- PACHECO JIMÉNEZ, Mª NIEVES. *MÁS VALE TARDE... LA NUEVA DIRECTIVA DE SERVICIOS DE PAGO* Revista CESCO de Derecho de Consumo.
- RIVAS LAGO, A. *La protección del consumidor en la venta a distancia por internet*, Revista CESCO de Derecho de Consumo Nº15/2015, p.56
- YZQUIERDO TOLSADA, MARIANO. NAVARRO MENDIZÁBAL, ÍÑIGO A. ACOSTA. MÉRIDA, MARÍA DEL PINO; *Derecho del Consumo*. Cálamo, Barcelona 2005. P 35-48
- ZURILLA CARIÑANA, M.A, (2014). *La reforma de los arts. 60 y 97 de la Ley de modificación del TRLGDCU. ¿Hay alguna novedad que merezca la pena?*, Revista CESCO de Derecho del consumo, nº 9/2014.



## JURISPRUDENCIA

- **Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea** de 14 de marzo de 2013, conocida como Caso Aziz
- **Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea** de 3 de Septiembre de 2015.
- **Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea** de 26 abril de 2016.
- **Auto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea** 4 de abril de 2016.
- **Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas** de 20 de enero de 2005 Asunto C-464/01 Johann Gruber contra Bay WAG.
- **Sentencia de la Sala Primera del Tribunal Supremo** de 8 de Mayo de 2008.

### Otras fuentes de información utilizadas:

18ª encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

- <http://www.conflegal.com/>
- <http://www.correos.es/>
- <https://www.confianzaonline.es>
- <http://arbitrajedekonsumo.msssi.es/>
- <http://transparencia.qob.es/>
- <http://www.cec.consumo-inc.es/index.php>
- <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Estadistica-Judicial/>
- <http://androidemix.com/>
- <http://www.europapress.es/>
- <https://mediacionesjusticia.com/>
- <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Mediacion/>