

II.1. DERECHO CIVIL

LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Por D. ALEJANDRO PLATERO ALCÓN
*Becario de colaboración del departamento de Derecho Privado
Facultad de Derecho, Universidad de Extremadura*

Resumen

En una relación de consumo, el consumidor siempre posee la parte débil de la balanza frente al empresario que posee la posición dominante. Esta asignación de roles se acentúa aún más en la contratación electrónica.

La legislación Europea, como la propia del ordenamiento jurídico Español, tiene como principio rector de todas sus normas la protección del consumidor, al poseer el mismo la posición débil de la relación jurídica contractual.

El consumidor tiene por su propia condición inherente, una serie de derechos que, el empresario «electrónico», le debe respetar. En caso de incumplimiento de estos derechos, la Ley proporciona al consumidor unos medios de defensa tanto procesales como extraprocesales.

Abstract

In a relationship of consumption, the consumer always has the weakest part of the balance against the employer who has the dominant position. This assignment is further accentuated roles in electronic trading.

The European legislation such as the Spanish legal system itself, is the guiding principle of all consumer protection rules, to have the same weak position of the contractual relationship.

The consumer has its own inherent condition a number of rights, the «e» entrepreneur, you must respect. In case of violation of these rights, the Act provides the consumer means both procedural and extra-procedural defense.

SUMARIO

- I. INTRODUCCIÓN
- II. CONCEPTO DE CONSUMIDOR Y EMPRESARIO
- III. DERECHOS Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES
 - A) EL DERECHO DE INFORMACIÓN
 - B) EL DERECHO A OBTENER UNA SUSTITUCIÓN O UNA REPARACIÓN SI EL PRODUCTO O SERVICIO ADQUIRIDO RESULTA DEFECTUOSO
 - C) EL DERECHO DE GARANTÍA DEL CONSUMIDOR
 - D) EL DERECHO DE APROPIACIÓN GRATUITA DEL PRODUCTO EN CASO DE ENVÍO NO SOLICITADO
 - E) EL DERECHO DE DESISTIMIENTO
 - F) EL DERECHO A EJERCITAR LA ACCIÓN DE CESACIÓN
- IV. LA PROTECCIÓN EN FASE CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES
 - A) LA CAUSA EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA
 - B) EL OBJETO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA
 - C) EL CONSENTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA
- V. LA DEFENSA JURÍDICA DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO
- VI. CONCLUSIONES FINALES

I. INTRODUCCIÓN

La protección de los consumidores en los contratos celebrados a través de medios electrónicos, no aparece regulada en el ordenamiento jurídico Español a través de un único cuerpo legal, sino que dicha protección aparece difuminada en diferentes textos legales, los cuales se encuentran principalmente influenciados por la obligación de trasposición de las Directivas emitidas por la Unión Europea, ya que uno de los grandes objetivos existentes dentro de la Unión Europea, siempre fue el de la protección de los consumidores.

Antes de abordar el estudio de los diferentes textos legales, se debe realizar una breve distinción acerca del concepto de comercio electrónico y el concepto de contratación electrónica, ya que, éste último es el objeto del presente artículo. El concepto de comercio electrónico es mucho más amplio que el concepto de contratación electrónica, definiéndose el primero como «el vasto conjunto de actividades con finalidad mercantil que se desarrolla mediante el uso de sistemas de procesamiento de datos y de comunicaciones sin que exista un contacto físico directo entre quien oferta un bien o un servicios y quien lo demanda (...), cubre no solamente actos comerciales directos, como la compraventa o el alquiler, sino también acciones preparatorias o conexas como las de publicidad o mercadeo»¹. En contraposición con la amplitud del anterior concepto, la contratación electrónica se presenta como «todo contrato en el que, al menos, la aceptación se transmite por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones»².

Los dos textos legales existentes en nuestro ordenamiento que articulan el sistema de protección del consumidor ante la contratación electrónica son:

- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (L.S.S.I.).

En su art. 1 delimita el objeto, siendo el mismo «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 (...) y posterior celebración de contratos electrónicos, las condiciones relativas a su validez y eficacia y el régimen sancio-

¹ Junta de Castilla y León, Consejería de Fomento: Folleto informativo sobre comercio electrónico, 2009.

² Anexo letra h) de la ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, B.O.E. n.º 166, de 12/07/2002.

nador aplicable a los prestadores de servicios de la sociedad de la información»³.

Los arts. 2, 3, 4 y 5 de esta Ley⁴ delimitan su ámbito de aplicación material, concretamente, el primero de los anteriores preceptos citados, delimita los requisitos necesarios que debe reunir el operador que actúa en contraprestación con el consumidor en la contratación electrónica, para que se entienda que el mismo actúa en España, y por ende resulte de aplicación a la contratación electrónica la Ley 34/2002.

Debido a su importancia dentro de la contratación electrónica, los arts. 3 y 4 regulan la aplicación de la Ley 34/2002 cuando el prestador de servicios no cumple los requisitos que enumera el art. 2⁵ para considerar que realiza sus tareas empresariales en territorio Español, sino que la realiza en un país miembro de la Unión Europea. En estos casos propios de la disciplina de Derecho Internacional Privado, el art. 3 de la Ley 34/2002 establece que el citado cuerpo legal será de aplicación cuando el destinatario de los servicios radique en España y el servicio en cuestión sea uno de los que enumera el precepto, siendo de aplicación al presente estudio el siguiente servicio «obligaciones nacidas de los contratos celebrados por personas físicas que tengan la condición de consumidores»⁶.

El art. 4, por su parte, regula la aplicación de la Ley 34/2002, cuando el prestador de servicios no se encuentra dentro de ningún Estado Miembro de la Unión Europea. En este caso, se aplicará la Ley cuando el prestador dirija sus actividades al territorio Español, con la excepción de lo previsto en los tratados o convenios internacionales que resulten de aplicación. En último lugar, el art. 5 excluye del ámbito de aplicación del citado cuerpo legal, dos tipos de servicios, «los servicios prestados por notarios y registradores de la propiedad y mercantiles en el ejercicio de sus respectivas funciones pública» y, en segundo lugar, «los servicios prestados por abogados y procuradores en el ejercicio de sus funciones de representación y defensa en juicio»⁷.

Una vez delimitado el ámbito de aplicación material de la L.S.S.I., cabe destacar el contenido de su art. 23 donde se establece que los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto por ella, pero también por lo previsto en el Código Civil, el Código de Comercio, y el resto de normas tanto civiles como mercantiles que resulten de aplicación como consecuencia del carácter especial del contrato en cuestión.

³ Art. 1 de la Ley 34/2002, de 11 de julio.

⁴ Ley 34/2002, de 11 de julio.

⁵ Art. 2 de la Ley 34/2002, de 11 de julio. «Se entenderá que un prestador de servicio está establecido en España cuando su residencia o domicilio social se encuentren en territorio español (...) Asimismo, esta Ley será de aplicación a los servicios de la sociedad de la información que los prestadores residentes o domiciliados en otro Estado ofrezcan a través de un establecimiento permanente situado en España».

⁶ Art. 3.1 letra d) de la Ley 34/2002, de 11 de julio.

⁷ Art. 5.1 letra a) y b) de la Ley 34/2002, de 11 de julio.

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Esta ley tiene como objetivos introducir mayor concreción en las normas (una de las principales razones por la que los consumidores no acceden a este tipo de comercio es la desinformación), incrementar la protección (sigue habiendo numerosos engaños en la red) y adaptar el ordenamiento a las Directivas europeas⁸.

Concretamente se realizarán referencias al título tercero del presente cuerpo jurídico, el cual lleva por rúbrica «contratos celebrados a distancia y contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil».

II. CONCEPTO DE CONSUMIDOR Y EMPRESARIO

En primer lugar, se debe identificar la figura del consumidor. El concepto de consumidor ha sido objeto de un numeroso debate jurisprudencial y doctrinal, el cual, por el enfoque que presenta este artículo no va a ser analizado con detalle, ya que, podría ser simplemente esa discusión objeto de un propio artículo, sobre todo debido a la perspectiva comunitaria del concepto de consumidor, basada en considerar al consumidor como una persona que tiene en todo momento conocimiento de sus derechos pero también de sus obligaciones, siendo razonable, atento y perspicaz⁹.

El ordenamiento jurídico Español define la figura del consumidor como «la persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión»¹⁰.

En relación con el concepto de empresario se presentan menos debates doctrinales y jurisprudenciales, siendo definido este precepto por el Preámbulo de la Ley 3/2014, de 27 de marzo como la «persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe, incluso a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresa, oficio o profesión».

III. DERECHOS Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Como se ha establecido anteriormente, el consumidor siempre es la parte débil de la relación contractual, y en los casos donde el acuerdo entre las par-

⁸ S. CAMACHO CLAVIJO, *Breves comentarios al borrador anteproyecto de Ley de impulso de la sociedad de la información*, marzo 2007, págs. 37-40.

⁹ Tribunal de Justicia de la Unión Europea, caso Springenheide, sentencia de 16 de junio de 1998.

¹⁰ Modificación de la L.C.U. introducida por la Ley 3/2014, de 27 de marzo, de modificación del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios.

tes se produce a través de una contratación electrónica, esta posición débil se agudiza aún más, debido a la dificultad de poder reclamar cualquier eventualidad negativa sobre el producto contratado de una forma física ante el empresario.

Por ello, la legislación, tanto propia como comunitaria, tiene como principio orientador de las mismas la protección de los consumidores. Así, la Ley 3/2014 centra su reforma sobre el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, en reforzar la protección del consumidor.

Los derechos que posee el consumidor en la contratación electrónica pueden desgranarse en varios apartados:

A) EL DERECHO DE INFORMACIÓN

Este derecho debe ser considerado como un pilar básico en la contratación electrónica, ya que, en este tipo de contratos el empresario establece todas las cláusulas unilateralmente, por tanto el consumidor si quiere contratar tiene que aceptar las condiciones, esto incrementa su posición débil en el contrato, que tiene que ser protegido de una forma más intensiva¹¹.

Este derecho de información queda totalmente determinado por la obligación del empresario de informar de cierta información precontractual que establece el art. 60.1 L.C.U., la cual es la siguiente:

- Precio final del producto¹².
- Condiciones de resolución¹³.
- Identificación del comerciante¹⁴.
- Idioma y legibilidad¹⁵.
- Fechas de entrega y desistimiento¹⁶.
- Resolución extrajudicial¹⁷.

¹¹ A. LÓPEZ-TARRUELLA MARTÍNEZ, «La regulación en España de los contratos celebrados por los consumidores en Internet», *Revista la propiedad inmaterial*, n.º 9, 2006, págs. 69-95.

¹² Art. 60.2 c) Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (L.C.U.), B.O.E. n.º 287, de 30 de noviembre de 2007.

¹³ Art. 60 k) L.C.U.

¹⁴ Art. 60.2 b) L.C.U.

¹⁵ Art. 60.2 g) L.C.U.

¹⁶ Art. 9.1 de la Directiva 83/2011, del Parlamento Europeo y de Consejo, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican 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. «DOUE» n.º 304, de 22 de noviembre de 2011, págs. 64 a 88.

¹⁷ Art. 32 de la Ley 34/2002, de 27 de marzo.

B) EL DERECHO A OBTENER UNA SUSTITUCIÓN O UNA REPARACIÓN
SI EL PRODUCTO O SERVICIO ADQUIRIDO RESULTA DEFECTUOSO

Este derecho aparece consagrado en el art. 119 L.C.U. donde se establece que «si el producto no fuera conforme con el contrato, el consumidor y usuario podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del producto, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada».

C) EL DERECHO DE GARANTÍA DEL CONSUMIDOR

Desde la promulgación del Código Civil, en el año 1889, el régimen tradicional de protección de los contratantes que adquieren bienes defectuosos o provistos de vicios ocultos, se regula en las normas sobre la compraventa contenidas en los arts. 1484 a 1499 del Código Civil, aun plenamente vigentes¹⁸.

Pero la L.C.U. establece de forma rotunda que el consumidor posee una garantía de dos años, tiempo durante el cual se le deben subsanar las posibles averías o defectos que presente el producto, siempre que el producto resulte de primera adquisición. En el caso de que el producto sea seminuevo, el plazo de dos años se reduce por ministerio legal a la mitad del plazo expresado anteriormente, es decir, a un año.

La garantía mencionada anteriormente se corresponde con la garantía legal, pero esta no se contrapone con la denominada garantía comercial o garantía convencional, siendo ésta la concedida de forma voluntaria y sin obligación legal por parte del empresario. Por tanto, el consumidor ante la adquisición de un producto nuevo, puede encontrarse con que su plazo de garantía será superior al plazo de 2 años cuando en su contrato se establezca un plazo adicional de garantía, pero se debe destacar que no puede existir una cláusula en el contrato que reduzca el plazo establecido por ministerio de la ley, ya que será considerada nula.

D) EL DERECHO DE APROPIACIÓN GRATUITA DEL PRODUCTO EN CASO
DE ENVÍO NO SOLICITADO

Una de las novedades más interesantes introducidas por la Ley 3/2014, de 27 de marzo, es la protección del consumidor en el caso de que una empresa realice una serie de envíos no solicitados hacia un consumidor y después intente cobrar los mismos. En este caso se permite al consumidor que se quede en concepto de dueño legítimo del producto enviado, sin tener que abonar al empresario ninguna contraprestación económica¹⁹.

¹⁸ Á. ACEDO PENCO, *Derecho de consumo: Análisis jurídico-privado de la Ley General para la defensa de los consumidores de 2007*, Madrid, editorial Dykinson, 2012, pág. 138.

¹⁹ Art. 66 quarter L.C.U. reformado por la Ley 3/2014.

Además, la falta de respuesta a una oferta de contratación a distancia realizada por parte de un empresario a un consumidor, no puede considerarse en ningún caso como aceptación de la oferta por parte del consumidor, ya que en todo caso se precisa la necesidad del consentimiento expreso, quedando prohibido el consentimiento tácito²⁰.

E) EL DERECHO DE DESISTIMIENTO

El derecho de desistimiento puede ser definido como «la facultad del consumidor y usuario de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándoselo así a la otra parte contratante en el plazo establecido para el ejercicio de ese derecho, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase»²¹.

El derecho de desistimiento del consumidor ha sido objeto de múltiples reformas, al ser una de las cuestiones más controvertidas dentro de la protección de los consumidores. En la actualidad, el art. 104 L.C.U. establece que el consumidor posee un período de 14 días naturales para ejercer su derecho a desistir. Otra de las cuestiones más controvertidas es determinar el día donde empieza a producirse el cómputo, produciéndose varias situaciones que aparecen recogidas en el precepto citado anteriormente. Las mismas son:

- Cuando el contrato sea de servicios, el plazo empezará a contar desde el día de la celebración del contrato.
- Cuando el contrato sea de venta, el plazo empezará a contar desde el día que el consumidor adquiera la posesión material de la cosa, con la excepción de que el empresario realice varias entregas, donde el plazo empezará a contar desde que el consumidor adquiera la posesión de la última. La anterior afirmación debe ser matizada en el caso de que los bienes se entreguen de una manera periódica, ya que en este caso, el plazo empezará a contar desde que el consumidor adquiera la posesión material de la primera.

Este plazo de 14 días puede verse ampliado hasta 12 meses cuando el empresario incumpla con la obligación analizada anteriormente de informar de este derecho dentro de la información precontractual.

El derecho de desistimiento no es un derecho que pueda ser considerado como absoluto, ya que, el art. 103 L.C.U. establece una serie de supuestos donde el consumidor no puede llevar a cabo el derecho de desistimiento²².

El derecho de desistimiento debe ser ejercitado sin la obligación de alegar causa y mediante el anexo contenido en la Ley 3/2014, de 27 de marzo, o

²⁰ Art. 101 L.C.U. Necesidad de consentimiento expreso.

²¹ I. BELUCHE RINCÓN, *El derecho de desistimiento del consumidor*, Valencia, editorial Tirant lo Blanch, 2009.

²² Art. 103 L.C.U.

mediante cualquier declaración de voluntad, o mediante la realización de los formularios que contengan las páginas web de la empresa en cuestión.

F) EL DERECHO A EJERCITAR LA ACCIÓN DE CESACIÓN

La acción de cesación aparece regulada en el art. 53 de la L.C.U. Este precepto ha sufrido una reforma por la Ley 3/2014 de modificación del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios.

Anteriormente, la acción de cesación estaba enfocada a dejar sin efectos a las cláusulas abusivas de los contratos. Sin embargo, actualmente, se permite acumular la acción de cesación con la petición de nulidad y anulabilidad del contrato, o también a una posible reclamación por los daños y perjuicios que el empresario, en el ejercicio de su actividad profesional, cause al consumidor.

Se debe precisar que toda cláusula abusiva será nula de pleno derecho y se tendrá por no puesta. Sin embargo, cuando no se acumule la petición de acción de cesación y la de nulidad total del contrato, la parte del contrato afectada por la nulidad se integrará con arreglo a lo dispuesto por el art. 1258 del Código Civil y al principio de buena fe objetiva²³.

IV. LA PROTECCIÓN EN FASE CONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES

El art. 1261 del Código Civil establece que, para que un contrato sea válido y exista plenamente, es necesario que concurren en el mismo tres requisitos imprescindibles: el objeto, la causa y el consentimiento. En el ámbito específico de la contratación electrónica, que es el caso que nos ocupa, el art. 23 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, dicta «los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico, cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez».

A) LA CAUSA EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Su concepto legal aparece recogido en el art. 1274 del Código Civil, siendo un concepto criticado enormemente por la doctrina civilista, apareciendo otras definiciones por parte de la doctrina más autorizada, así la causa de un contrato puede entenderse como «el fin abstracto e igual para cada clase de contrato»²⁴.

La Causa, en este caso, es un concepto que debe responder a la pregunta de *por qué se celebra un contrato*²⁵.

²³ Á. ACEDO PENCO, *Derecho de consumo: Análisis jurídico-privado de la Ley General para la defensa de los consumidores de 2007*, Madrid, editorial Dykinson, 2012, pág. 133.

²⁴ J. LETE DEL RÍO, *Derecho de obligaciones*, vol. II, *El contrato en general*, Cuasicontratos, Enriquecimiento sin causa. Responsabilidad extracontractual, 2.ª edición, editorial Tecnos, 1995, pág. 51.

²⁵ Á. ACEDO PENCO, *op. cit.*, pág. 81.

En el caso de la contratación electrónica, la causa del contrato será la entrega de un determinado bien o servicio por parte del empresario a cambio de una contraprestación económica por parte del consumidor.

B) EL OBJETO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

El art. 1261.2 CC establece que no hay contrato sin «objeto cierto que sea materia de contrato». Este precepto no llega a definir con claridad que es el objeto del contrato, pero el objeto debe entenderse como la esencia del contrato, debiendo cumplir el objeto los requisitos legales de posibilidad, licitud y determinación.

En el caso de la contratación electrónica, el objeto de un contrato de entrega a un consumidor por parte de un empresario de un determinado bien, es precisamente, el bien en cuestión, bien que debe cumplir los requisitos generales de posibilidad, licitud, y debe estar determinado.

C) EL CONSENTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

El consentimiento contractual ha sido definido por la más autorizada doctrina civilista como «aquella declaración o manifestación de la voluntad de las partes a través de la cual muestran su acuerdo sobre el contenido del contrato»²⁶.

El problema que existe con el consentimiento dentro de la contratación electrónica se encuentra referido al momento de manifestar el consentimiento y el lugar donde se considera realizado, ya que, la forma de realizar el consentimiento cuando el contrato se realiza a distancia es una cuestión no sometida a grandes límites, debido a que la jurisprudencia ha permitido la prestación de consentimiento a través de telégrafo, fax o incluso el correo electrónico²⁷.

El art. 1262 del Código Civil establece que, cuando nos encontramos ante contratos donde las partes del mismo se encuentren a distancia, como ocurre en el caso de la contratación electrónica, el consentimiento existe «desde el momento en que el oferente conoce la aceptación o no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe».

El consentimiento debe realizarse de forma expresa, ya que, el silencio carece de cualquier valor y nunca significará la aceptación de la oferta por parte del consumidor, como ya se ha expresado anteriormente. Por tanto, el momento en el que de forma inequívoca se presta el consentimiento en el campo de la contratación electrónica por parte del consumidor, será el momento en que el

²⁶ Á. ACEDO PENCO, *Derecho de contratos, Cuasicontratos y Responsabilidad Extracontractual*, Madrid, editorial Dykinson, 2011, pág. 42.

²⁷ J. PRENAFETA RODRÍGUEZ, «La prestación del consentimiento por medio electrónicos», *Noticias Jurídicas*, mayo 2003 (publicado en <http://noticias.jurídicas.com/articulos/20-Derecho-formatico/200305655114410331331.html>).

consumidor inserta sus datos personales y bancarios en la página web del empresario, y pincha en la última ventana que indica la aceptación de la compra de un determinado bien o servicio.

El art. 29 de la Ley 34/2002 de comercio electrónico hace mención al lugar donde se presta el consentimiento en el caso de la contratación electrónica. Así, «los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor se presumirán celebrados en el lugar en que éste tenga su residencia habitual».

Además, el mismo precepto regula cual será el lugar donde se preste el consentimiento en el caso de contratos electrónicos entre profesionales, no estableciéndose por defecto, como en el caso anterior, el domicilio de ninguno de ellos, ya que establecer uno de ellos por defecto, sería favorecer los intereses de un profesional frente al otro, destruyendo, en este caso, su misma posición en la relación jurídica. En el caso de que una de las partes efectivamente sea un consumidor, si presume que el lugar donde se preste el consentimiento sea el lugar donde éste resida habitualmente, ya que su posición más débil, debe ser protegida mediante la implantación de figuras como éstas. Así, «los contratos electrónicos entre empresarios o profesionales, en defecto de pacto entre las partes, se presumirán celebrados en el lugar en que esté establecido el prestador de servicios».

V. LA DEFENSA JURÍDICA DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

¿Qué medios dispone un consumidor cuando no se le han respetado sus derechos por parte del empresario en una contratación electrónica?

Para responder a esta cuestión, se debe destacar el título quinto de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, que lleva por título «Solución Judicial y extrajudicial de conflictos».

Dentro de las soluciones judiciales el título quinto solo desarrolla la acción de cesación, la cual debe interponerse con el objetivo, por parte del consumidor, de obtener una sentencia que condene al demandado a cesar en la conducta contraria a la presente Ley y a prohibir su reiteración futura²⁸.

Aunque no aparezcan regulados más medios de protección judiciales, los consumidores podrán acudir a los tribunales para reclamar al empresario las cuestiones que estimen oportunas, siempre que tenga competencia para ello. Para dilucidar la competencia en los casos que el empresario tenga su domicilio en un país europeo distinto al español, el consumidor que sí posee la residencia aquí, deberá observar las disposiciones previstas en el reglamento

²⁸ Art. 30.2 de la Ley 34/2002, de 11 de julio.

(U.E.) 1215/2012 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. En el caso que el empresario posea su residencia en un país no miembro en la Unión Europea, entrará en escena para determinar la competencia judicial internacional el art. 22.4 de la Ley Orgánica del Poder Judicial, donde se otorga competencia a los Tribunales Españoles cuando la oferta o la publicidad empresarial se realice en nuestro país.

El art. 24 regula el objeto de la prueba en los procesos sobre contratación electrónica estableciendo que, «la prueba de la celebración de un contrato por vía electrónica y la de las obligaciones que tienen su origen en él se sujetará a las reglas generales del ordenamiento jurídico».

Además, el apartado segundo establece que, «el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio como prueba documental».

Una vez visto las soluciones judiciales, toca analizar las soluciones extrajudiciales existentes en los conflictos entre consumidores y empresarios en los contratos fruto de la contratación electrónica. En contraposición a los medios tradicionales de solución de estos conflictos, se encuentran una serie de métodos de resolución extrajudicial de conflictos *on line* como son: la mediación, la conciliación, la transacción, y muy especialmente debido a su importancia sobre los demás, el arbitraje.

El servicio de arbitraje *on line* se presta únicamente en España, concretamente en Madrid, denominándose T.A.O.-O.A.M.²⁹. El sistema de arbitraje se encuentra regulado en el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero.

El proceso de arbitraje *on line* no contiene grandes diferencias respecto al sistema de arbitraje tradicional, pudiendo realizarse por correo electrónico o por la web. Los medios de prueba admitidos en el arbitraje son exactamente los mismos que los que se admitirían en un eventual proceso judicial.

En el caso de la mediación *on line* para la solución de conflictos, se debe destacar su carácter más flexible respecto al arbitraje, lo que ha propiciado un enorme desarrollo de esta disciplina en los últimos años.

VI. CONCLUSIONES FINALES

Toda persona, en el desarrollo de su vida, se convierte en consumidor en algún momento, y en los tiempos actuales, la mayoría de las personas realizan compras a través de medios electrónicos, fundamental vía internet. Esta cuestión

²⁹ E. GUTIÉRREZ GARCÍA DE CORTÁZAR, «Seguridad jurídica en el arbitraje *on line*», *Diario Jurídico*, febrero 2011 (publicado en <http://www.diariojuridico.com/seguridad-juridica-en-el-arbitraje-on-line>).

ha favorecido un ambiente próspero para que, en los últimos años, las legislaciones Europeas hayan influido claramente en nuestras normas sectoriales sobre consumidores, y se establezca un principio orientador de protección al consumidor frente al empresario en la contratación.

Este carácter protector se consagra aún más, en la contratación electrónica, debido al carácter especial de este sistema de contratación expuesto anteriormente. En el presente artículo se ha descrito de forma sintética los diferentes sistemas de protección del consumidor en la contratación electrónica, expresando tanto los métodos procesales como extraprocesales, destacando por su importancia práctica el arbitraje.

También se expusieron los derechos de los consumidores en la contratación electrónica, con especial atención del derecho desistimiento. Éste derecho ha sufrido un enorme cambio, ampliándose en la última reforma de la L.C.U. a un plazo de 14 días, frente a los 7 que se concebían anteriormente.

Para concluir, cabe destacar que el consumidor se encuentra protegido por una legislación que le ampara, pero en el terreno de la contratación electrónica, sobre todo cuando se contrata con un empresario con domicilio en un país distinto al del lugar de residencia del consumidor, queda mucho terreno por desarrollar. Las legislaciones nacionales y comunitarias deben focalizar su esfuerzo en eliminar el temor por parte de la población de no sufrir un engaño cuando decide contratar por Internet.

BIBLIOGRAFÍA

- ACEDO PENCO, Á., *Derecho de consumo: Análisis jurídico-privado de la Ley General para la defensa de los consumidores de 2007*, Madrid, editorial Dykinson, 2012.
- , *Derecho de contratos, Cuasicontratos y Responsabilidad Extracontractual*, Madrid, editorial Dykinson, 2011.
- BELUCHE RINCÓN, I., *El derecho de desistimiento del consumidor*, Valencia, editorial Tirant lo Blanch, 2009.
- CAMACHO CLAVIJO, S., *Breves comentarios al borrador anteproyecto de Ley de impulso de la sociedad de la información*, marzo 2007.
- GUTIÉRREZ GARCÍA DE CORTÁZAR, E., «Seguridad jurídica en el arbitraje *on line*», *Diario Jurídico*, febrero 2011.
- JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN, CONSEJERÍA DE FOMENTO: Folleto informativo sobre comercio electrónico, 2009.
- LETE DEL RÍO, J., *Derecho de obligaciones*, vol. II, *El contrato en general, Cuasicontratos, Enriquecimiento sin causa. Responsabilidad extracontractual*, 2.^a edición, editorial Tecnos, 1995.
- LÓPEZ-TARRUELLA MARTÍNEZ, A., «La regulación en España de los contratos celebrados por los consumidores en Internet», *Revista la propiedad inmaterial*, n.º 9, 2006.
- PRENAFETA RODRÍGUEZ, J., «La prestación del consentimiento por medio electrónicos», *Noticias Jurídicas*, mayo 2003.

LEGISLACIÓN Y JURISPRUDENCIA

Ley 34/2002, de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Ley 3/2014, de 27 de marzo de modificación del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios.

Directiva 83/2011, del Parlamento Europeo y de Consejo, 25 de octubre de 2011.

Tribunal de Justicia de la Unión Europea, caso Springenheide, sentencia de 16 de junio de 1998.