

*Ciencias Jurídicas y Sociales*

 Universidad  
Rey Juan Carlos  
Servicio de Publicaciones

Directora: Eva R. Jordá Capitán

# SISTEMAS DE GARANTÍAS Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN E-COMMERCE

ISBN: 978-84-608-4739-7

# JORNADAS SOBRE LOS SISTEMAS DE GARANTÍAS Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN E-COMMERCE

---

**Celebradas en el marco del Programa de Ayudas a Congresos, Jornadas y Seminarios 2016, del Vicerrectorado de Extensión Universitaria.**

**Universidad Rey Juan Carlos**

**Directora de las Jornadas:**

**Eva R. Jordá Capitán**

Profesora Titular de Derecho Civil  
Universidad Rey Juan Carlos

**Inauguración :**

**Dña. Pilar Laguna Sánchez**

Decana de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad Rey Juan Carlos

**D. Juan José Nájera Sánchez**

Vicerrector de Extensión Universitaria  
Universidad Rey Juan Carlos

# JORNADAS SOBRE LOS SISTEMAS DE GARANTÍAS Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN E-COMMERCE

---

**Eva R. Jordá Capitán**

*Directora de las Jornadas  
Profesora Titular de Derecho Civil  
Universidad Rey Juan Carlos*

El comercio electrónico, o e-commerce, se ha convertido en nuestros días en un escenario habitual en el que operan consumidores y empresas. Empresas que bien operan directa y únicamente a través de ese canal o bien lo hacen de modo presencial para posteriormente acceder también al desarrollo de su actividad on line.

Las ventas a través del comercio electrónico a nivel nacional no plantean problema ya que su progresivo aumento se ha podido constatar a través de diferentes estudios realizados. Sin embargo, no ocurre lo mismo con las ventas en línea transfronterizas por lo que desde la Unión Europea se han puesto en marcha una serie de iniciativas legislativas con las que se quieren hacer desaparecer los obstáculos jurídicos y económicos que parecen estar impidiendo su desarrollo y alcanzar así la consolidación del mercado único, ahora, digital.

Todo ello pasa por articular, tanto a nivel nacional como supranacional, y desde la perspectiva de todos los operadores, efectivos sistemas que garanticen los derechos de los consumidores y usuarios en línea. Porque sólo así los consumidores se incorporarán con confianza al mercado digital y los empresarios podrán aprovechar todo el potencial que presenta.

A través de las distintas Ponencias se ha expuesto el escenario jurídico en el que se desarrolla el comercio electrónico en nuestro país para acercarnos, desde un punto de vista crítico, a aquellos aspectos que necesiten ser mejorados de cara a la consecución de un entorno digital seguro y eficaz en el sector del comercio electrónico. Así, y partiendo del concepto mismo de comercio electrónico, el estudio de sus ventajas y sus puntos débiles y la evolución experimentada por los mecanismos de protección, se ha analizado la normativa sobre la contratación a distancia y en su marco el derecho de desistimiento y la falta de conformidad; el cumplimiento de la normativa en materia de derecho a la información del consumidor; o la resolución extrajudicial electrónica de los conflictos de consumo. Junto a ello se ha ofrecido la experiencia de un operador cuya actividad consiste en otorgar Sellos a las webs que se lo solicitan, favoreciendo con ello la confianza del consumidor al mostrar las empresas sus compromisos de transparencia, calidad y confianza.

# EVOLUCIÓN DE LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

---

**María José Santos Morón**

*Catedrática de Derecho Civil  
Universidad Carlos III*

En esta ponencia se describe cómo han ido evolucionando los mecanismos de protección del consumidor en el Derecho español, tomando como punto de partida las Directivas europeas en esta materia. Se comienza aclarando el concepto de comercio electrónico y las diferencias entre la contratación electrónica directa e indirecta, se analizan cuáles son las herramientas habitualmente utilizadas en el Derecho comunitario para tutelar al consumidor y se destaca la necesidad de tener en cuenta la normativa sobre contratación a distancia en la medida que la contratación electrónica es una modalidad de esta última. A continuación se exponen los mecanismos de protección utilizados en las diversas normas que se han ido sucediendo de manera cronológica. Ello permite comprobar que, si bien la protección del consumidor se centró inicialmente en el comercio electrónico indirecto, y giró alrededor del establecimiento de deberes precontractuales de información, la obligación de documentar o confirmar el contrato y el reconocimiento de un derecho de desistimiento, con el tiempo se ha hecho sentir la necesidad de abordar la protección del consumidor en el comercio electrónico directo (suministro de contenidos digitales "on line"), ampliándose además los instrumentos de protección del consumidor. Así, la reciente Propuesta de Directiva sobre el contrato de suministro de contenidos digitales -COM (2015) 674- pretende proteger al consumidor en los casos en que los bienes no resultan conformes al contrato. Un reto pendiente es la regulación de las plataformas on line, sobre la que, no obstante, la Comisión europea ya ha manifestado su interés

# COMERCIO ELECTRÓNICO Y CIBERSEGURIDAD : CONDENADOS A ENTENDERSE

---

**Marcos Gómez Hidalgo**

*Subdirector Servicios Ciberseguridad  
INCIBE*

En la nueva era digital han aparecido recientemente nuevas formas de llamar servicios, actividades o tendencias a parte de lo que está ocurriendo en el ciberespacio, en los negocios, en los gobiernos y la política, y muchas de ellas han llegado como sabemos para quedarse. La cuarta revolución industrial o Industria 4.0, el Internet de las Cosas o el IoT, la Nube o el Cloud en sus diferentes formas, las Ciudades Digitales o Smartcities, etc. Pero también hay ya viejos términos acuñados hace tiempo como el comercio electrónico o eCommerce y la banca electrónica u online banking, que no solo conviven con nosotros desde hace lustros, sino que hoy en día quizás ya no podríamos casi vivir sin ellos, tanto por la fuerte dependencia que se ha generado en el consumo, como por la parte del pastel del PIB que va creciendo, como por las distintas evoluciones tecnológicas que permiten que las entidades financieras y el sector privado del comercio hayan definido entre sus líneas maestras y su futuro inmediato, pero también lejano que todo pasará por los unos y ceros. Esta gran oportunidad que se sigue desarrollando y que hace décadas, no más de dos o tres, era impensable, seguirá ampliando sus horizontes y nos dará muchas alegrías, sobre todo para aquellos países que depositen su confianza en potenciar este sector y el canal correspondiente, incluyendo sus nuevas formas de uso a través de la movilidad, los micropagos, RFID, etc. Pero nunca hemos de olvidarnos que todo aquello que crece y genera negocio y riqueza es blanco de actividades criminales o incluso terroristas, por lo que hoy también podemos hablar de que el cibercrimen, el cual se deposita o ataca específicamente el comercio electrónico y la banca electrónica, mueve casi más dinero que otras modalidades de actividades delictivas como el tráfico de drogas o la prostitución, suponiendo a grandes cifras un 0,8 % del PIB mundial. Las cifras de INCIBE, entidad a la que represento, así lo dicen pues en 2015 de los más de 50.000 incidentes de ciberseguridad resueltos casi un tercio se centraron en las distintas modalidades de fraudes y estafas digitales, suplantaciones y phishing, spam fraudulento, venta de productos falsos, robo de credenciales, extorsiones a través de ransomwares, captación de mulas digitales y blanqueo de dinero, falsas ofertas de empleo, botnets que alojan contenido malicioso o ilegal, etc. Además la tendencia es intentar pasar por debajo del radar de Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, Jueces y Fiscales, aunque hay que reconocer que el esfuerzo que se está haciendo desde el Ministerio del Interior y desde el Ministerio de Justicia es encomiable. Pero hace falta más, y parte de ese esfuerzo está en la coordinación con agentes nacionales pero también internacionales como Europol, Interpol y Ameripol, OEA, y otras entidades, y en la generación de inteligencia y capacidad de análisis en la detección y prevención de estos delitos, y prueba de ello es que el CERTSI, Cert de Seguridad e Industria de INCIBE, en cooperación con el CNPIC del Ministerio del Interior y las FCSE, es capaz ya de analizar más de 10 millones de eventos diarios entre IPs, dominios y URLs, muestras de malware, spam, en nuestros sistemas, y que gracias a dicha capacidad cada vez tenemos más información de la actividad maliciosa, y que por lo tanto podemos impulsar de manera más efectiva la prevención, pero también la respuesta y la mitigación, y dotar en definitiva de mayor confianza a este importante sector, identificado por todos los gobiernos como estratégico y crítico. Queda mucho por hacer y también mucha ilusión por hacerlo, y la tecnología a pesar de servir también a los ciberdelincuentes también sirve principalmente a los ciudadanos, empresarios y administraciones”.

# EL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN A DISTANCIA

---

**Carmen Pérez Conesa**

*Profesora Titular de Derecho Civil  
Universidad Rey Juan Carlos*

El derecho de desistimiento se regula en 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 adelante TRLGDCU) de manera general en la contratación con consumidores y usuarios (arts. 68 a 79) y específicamente cuando se trata de un contrato celebrado a distancia o fuera de establecimiento mercantil (102 a 108). La Ley 3/2014, de 27 de marzo ha reformado la regulación de ambas modalidades de contratación con el fin de transponer la Directiva 2011/83 de 25 de octubre.

En el ámbito de la contratación a distancia, se justifica el derecho de desistimiento del consumidor porque no tiene la posibilidad de comprobar el objeto del contrato, pues la contratación se celebra sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor, utilizando exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia. Por tal motivo, se faculta al consumidor para, una vez examinado el objeto del contrato así celebrado, desvincularse del mismo unilateralmente. El nuevo plazo para ello tras la reforma es de 14 días naturales. Antes del vencimiento de dicho plazo, el consumidor debe comunicar su decisión al empresario en tal sentido. Para facilitar su ejercicio, la Ley 3/2014 de reforma del TRLGDCU adiciona al mismo un modelo de formulario para ejercer el derecho de desistimiento. El empresario tiene el deber de informar antes de la celebración del contrato de las condiciones y procedimiento para ejercer este derecho. Si no lo cumple, el plazo se amplía. Ejercido el derecho de desistimiento en plazo, el empresario debe reembolsar el pago recibido, incluidos los costes de entrega, sin demoras indebidas y, en todo caso antes de que transcurran 14 días naturales desde que haya sido informado de la decisión de desistir del consumidor (art. 107 TRLGDCU). A su vez, el consumidor está obligado a devolver, a más tardar en el plazo de 14 días naturales contados desde la comunicación de su decisión de desistir al empresario, el objeto del contrato sin soportar, como regla general, los costes de devolución (art. 108 TRLGDCU).

Por ser el derecho de desistimiento un medio de protección de consumidores y usuarios, son nulas las cláusulas que impongan una penalización por su ejercicio o la renuncia al mismo.

# LA SOLUCIÓN ALTERNATIVA DE LITIGIOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

---

**Silvia Diaz Alabart**

*Catedrática de Derecho Civil  
Universidad Complutense de Madrid*

Pese al enorme auge en nuestros días del comercio electrónico transfronterizo, uno de los problemas que plantea es la resolución alternativa o extrajudicial eficiente también electrónica de los conflictos de consumo derivados de ese tipo de contratación.

La Unión Europea consciente de la magnitud del problema, y de que genera desconfianza en los consumidores europeos ante la contratación electrónica fuera de su país de residencia, y va en detrimento del buen funcionamiento del mercado electrónico interior europeo ha publicado recientemente dos normas, una directiva y un reglamento, en la misma fecha ( 21 de mayo de 2013), que tratan de solventar la cuestión desde dos perspectivas diferentes pero absolutamente complementarias. Ambas normas aún no han podido aplicarse en España dentro del plazo marcado por la UE, porque al no haberse podido formar gobierno, las Cortes españolas no pueden realizar con normalidad sus funciones legislativas, entre las que se encuentra la adecuación de nuestro Ordenamiento a la normativa europea.

La Directiva se ocupa de lograr que las entidades de resolución alternativa de litigios ya existentes en el ámbito europeo mejoren en su calidad y exista un número suficiente de ellas, bien repartidas dentro del espacio europeo. También establece mejoras en los procedimientos que estas emplean para resolver los conflictos. Entre esas mejoras se puede citar el fijar un plazo breve para la resolución de conflictos, 90 días naturales desde que la entidad recibe el expediente completo de la reclamación. Y, finalmente –aunque no menos importante que lo anterior- que tanto los consumidores como los comerciantes de toda la UE, conozcan bien estos medios de resolución alternativa y el modo de utilizarlos. La Directiva afecta tanto a los procedimientos online habituales (ADR) como a los procedentes de comercio electrónico (ODR).

El Reglamento, aunque también contempla otros aspectos, principalmente se ocupa de la creación de una “Plataforma europea de resolución de litigios online”. En realidad la plataforma, de uso gratuito, no resuelve los litigios transfronterizos, sino que es un cauce o medio para que las reclamaciones de los consumidores lleguen electrónicamente a los comerciantes. El sistema es que cualquier interesado puede acceder a un sitio web (puede ser a través de la página “tu Europa”) y descargarse un formulario sencillo en el idioma de la UE que elija, rellenarlo con los datos necesarios de identificación de reclamante, reclamado y conflicto y enviarlo a través de la plataforma. Ésta hará llegar la reclamación al reclamado (en su caso traducido al idioma elegido por él). Después de un breve plazo para que este acepte o no este tipo de resolución, será la entidad directamente o –en su caso- a través de la plataforma, la que resuelva el conflicto con plenas garantías y en un plazo ya señalado de 90 días naturales. Si se consigue un buen funcionamiento de la plataforma, supondrá un nuevo impulso a la contratación electrónica en el mercado anterior, favoreciendo a consumidores y empresarios europeos.

# CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA CON CONSUMIDORES : DERECHOS Y GARANTÍAS

---

**Juan Carlos Menéndez Mato**

*Profesor Titular de Derecho civil  
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)*

La ponencia presentada se articula en tres bloques:

1º Introducción de la problemática: beneficios y debilidades de la contratación desde una web con consumidores; problemática asociada a la involucración de consumidores en la contratación; constante evolución del fenómeno debido al marcado elemento tecnológico que lo define (Internet, web, telemática, etc.); y enorme convergencia normativa impulsada desde la UE a través de directivas que deben ser traspuestas a nuestro país (Directiva 2000/31/CE sobre comercio electrónico, traspuesta al ordenamiento español por la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, de 11 de julio [LSSICE]; Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores, que se transpone al ordenamiento español a través de las importantes modificaciones e incorporaciones realizadas al 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 [TRLGDCU], a través de la Ley 3/2014, de 27 de marzo; y no se puede olvidar la aplicación de otras normas, como el Código Civil español (art. 1262), normativa en materia de Protección de Datos o sobre Firma electrónica, y la Ley sobre condiciones generales de la contratación).

2º Conceptos fundamentales de aplicación al contrato concluido desde una web por consumidores: consumidor y usuario (art. 3 TRLGDCU); empresario (art. 4 TRLGDCU); y contrato a distancia (arts. 92 y 93 TRLGDCU).

3º Régimen jurídico aplicable a este tipo de contratos: derechos y garantías principales, con un desarrollo específico de algunas cuestiones fundamentales:

En particular durante la etapa precontractual: informaciones que debe recoger en la web y en la oferta el prestador de servicios (arts. 10, 27.1 y 27.4 LSSICE y 97 TRLGDCU), régimen de las comunicaciones comerciales no solicitadas (arts. 94 y 96 TRLGDCU y 20, 21 y 22 LSSICE), y los códigos de conducta (art. 18 LSSICE).

Aspectos relativos a la conclusión del contrato desde la web con consumidores: vigencia de las ofertas (art. 27.3 LSSICE), características de la aceptación (art. 101 TRLGDCU), momento (art. 1262 CC) y lugar (art. 29 LSSICE) de perfección del contrato a los efectos oportunos, confirmación del contrato celebrado en un soporte duradero y en un plazo razonable (confirmación de la aceptación y su función) (arts. 28 LSSICE y art. 98.7 y 100 TRLGDCU).

Durante la etapa contractual o de ejecución del contrato: los aspectos más importantes se centran en el derecho de desistimiento del consumidor durante 14 días naturales (arts. 102-108 TRLGDCU), la garantía legal de conformidad (arts. 114 y ss. TRLGDCU), la ejecución de contrato o, en su caso, la falta de ejecución o la sustitución (art. 109-111 TRLGDCU), así como el pago con tarjetas bancarias (art. 112 TRLGDCU).



# TIPP Y DERECHO A LA INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR EN COMERCIO ELECTRÓNICO: GLOBALIZACIÓN DEL CONSUMO, ALIMENTACIÓN Y SALUD

---

**Esther González Hernández**

*Profesora Titular de Derecho Constitucional  
Universidad Rey Juan Carlos*

El objetivo de la ponencia era discutir, reflexionar y analizar sobre las insuficiencias de la regulación nacional y europea en materia de etiquetado de bienes de consumo alimenticios. Un defectuoso o insuficiente etiquetado de los productos alimenticios, además, de afectar y reducir el derecho a la información de los consumidores, puede suponer, por demás, un menoscabo en la salud en el caso de que el consumidor padezca determinadas dolencias o enfermedades. De ahí la importancia de afirmar la naturaleza jurídica de auténtico derecho fundamental de las previsiones del art. 51 CE en materia de consumo y de señalar las insuficiencias de la regulación nacional y europea en materia de seguridad alimentaria y la materialización práctica del derecho constitucional a la información del consumidor tanto en la venta tradicional como en la venta por **e-commerce**, donde observan las más preocupantes vulneraciones de este derecho. Es, pues, necesario que el consumidor cuente con la lista completa del porcentaje y procedencia de todos los ingredientes, así como de aditivos, colorantes y un sinnúmero de componentes químicos presentes fundamentalmente en los alimentos procesados. La situación descrita se agrava con la utilización de los avances científicos en la industria alimentaria como la aplicación de la nanotecnología para la fabricación de nuevos alimentos “inteligentes” a gusto del consumidor, o la modificación genética de los mismos; cuestión ampliamente debatida en los últimos meses por la opinión pública con ocasión de las negociaciones con Estados Unidos del conocido como TTIP, es decir, el Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones, cuya aprobación supondría importantes cambios en la política de seguridad alimentaria de la Unión Europea.

# GARANTÍAS Y VENTAJAS DEL SELLO EN LAS WEBS : CONFIANZA ONLINE

---

**Tiziana Tallaro**

*Subdirectora Adjunta de Confianza Online*

Con el desarrollo del ecommerce y el aumento de las transacciones electrónicas, es cada vez más importante que las tiendas online ofrezcan una herramienta para que los consumidores se sientan más tranquilos a la hora de navegar y comprar online. Por ello, desde Confianza Online presentamos nuestro Sello: creado en 2003 de la iniciativa de nuestros socios fundadores (ADIGITAL –Asociación Española de la Economía Digital- y AUTOCONTROL –Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial-) es hoy en día el referente en España gracias a los reconocimientos recibidos y pionero en Europa por su participación en el Ecommerce Europe Trustmark. Gracias al Sello, se presentan una serie de ventajas no solamente para las empresas que muestran a sus clientes sus compromisos de transparencia, calidad y confianza, sino sobre todo para los consumidores que cada vez más saben de su existencia y lo buscan para realizar sus compras online. Confianza Online analiza los aspectos legales de las páginas web que solicitan el Sello, su Aviso legal, condiciones generales de la contratación, política de privacidad y cookies, elaborando un informe que recoge las recomendaciones para adaptar estos apartados a la normativa en vigor. Una vez verificadas estas modificaciones, las empresas están autorizadas a exhibir el Sello de Confianza Online, transmitiendo sus valores a sus usuarios. Además, Confianza Online ofrece a los consumidores un servicio gratuito de tramitación de reclamaciones que, gracias a una mediación online amistosa de 7 días laborables, ayuda a aquellos consumidores que han tenido alguna incidencia en la compra online a seguir confiando en el comercio electrónico. En efecto, el 70% de las mediaciones se resuelven a través de un acuerdo entre las partes.

# PRINCIPIO DE CONFORMIDAD EN LOS CONTRATOS ON-LINE

---

**Cristina Fuenteseca Degeneffe**

*Profesora titular de Derecho civil  
Universidad Complutense de Madrid*

Cabe formular las siguientes críticas acerca del concepto de conformidad expuesto en la Propuesta de Directiva de 9.12.2015 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa en línea y otras ventas a distancia de bienes. Primero, que su ámbito de aplicación resulta muy limitado al regular únicamente la compraventa a distancia y no la compraventa presencial. Segundo, que sus artículos 4, 5 y 8 prácticamente contienen idéntica rúbrica no aclarando de modo satisfactorio el contenido concreto de cada precepto. Tercero, que el art. 4.2 de la Propuesta está mezclando lo que denomina requisitos subjetivos de conformidad con los objetivos. Cuarto, que la distinción entre los criterios subjetivos y objetivos de conformidad en la Propuesta no parece aportar una novedad excesiva frente al contenido del TRLGDCU, pues existen múltiples coincidencias de contenido entre ambos textos. Quinto, de prosperar la Propuesta, al regular ésta dentro de la noción de conformidad el caso de que los bienes deben estar libres de cualesquiera derechos de terceros, frente al TRLGDCU que no contempla expresamente este extremo, resultaría una más expresa regulación para el consumidor que contrata a distancia frente al que celebra una venta presencial.

JORNADAS SOBRE LOS SISTEMAS DE GARANTÍAS Y  
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES  
Y USUARIOS EN E-COMMERCE

**Universidad Rey Juan Carlos**