

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE RODRIGO FACIO

FACULTAD DE DERECHO
TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN
DERECHO

**LOS CONFLICTOS DE CONSUMO EN CONTRATOS
ELECTRÓNICOS Y LA APLICACIÓN DE MEDIOS ALTERNOS DE
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS POR MEDIOS ELECTRÓNICOS EN
COSTA RICA**

JOSÉ DAVID VÉLEZ MATAMOROS

A96708

NOVIEMBRE 2018



26 de noviembre de 2018
FD-3380-2018

Dr. Alfredo Chirino Sánchez
Decano
Facultad de Derecho

Estimado señor:

Para los efectos reglamentarios correspondientes, le informo que el Trabajo Final de Graduación (categoría Tesis), del estudiante: José David Vélez Matamoros, carné A96708 denominado: "Los conflictos de consumo en contratos electrónicos y la aplicación de medios alternos de resolución de conflictos por medios electrónicos en Costa Rica" fue aprobado por el Comité Asesor, para que sea sometido a su defensa final. Asimismo, el suscrito ha revisado los requisitos de forma y orientación exigidos por esta Área y lo apruebo en el mismo sentido.

Igualmente, le presento a los (as) miembros (as) del Tribunal Examinador de la presente Tesis, quienes firmaron acuso de la tesis (firma y fecha) de conformidad con el Art. 36 de RTFG que indica: "EL O LA ESTUDIANTE DEBERÁ ENTREGAR A CADA UNO DE LOS (AS) MIEMBROS (AS) DEL TRIBUNAL UN BORRADOR FINAL DE SU TESIS, CON NO MENOS DE 8 DÍAS HÁBILES DE ANTICIPACIÓN A LA FECHA DE PRESENTACIÓN PÚBLICA".

Tribunal Examinador

- Informante** Dr. Erick Núñez Rodríguez
- Presidente** MSc. Marco Vinicio Alvarado Quesada
- Secretario** Lic. Miguel Villegas Arce
- Miembro** Lic. Esp. Frank Álvarez Hernández
- Miembro** LLM. Federico Chacón Loaiza

Por último, le informo que la defensa de la tesis es el **26 de noviembre del 2018**, a las 6:00 p.m. en el cuarto piso de la Facultad.

Atentamente,


Ricardo Salas Porras
Director



RSP/lcv
Cc: arch. Expediente



San José, 31 de octubre de 2018

Dr. Ricardo Salas Porras.

Director del Área de Investigación de la Facultad de Derecho.

Universidad de Costa Rica.

Señor Director de Área:

Reciba un cordial saludo. Por este medio me permito informarle que, en mi calidad de director, he aprobado el Trabajo Final de Graduación realizado por el estudiante José David Vélez Matamoros, carné A96708, denominado *“Los conflictos de consumo en contratos electrónicos y la aplicación de medios alternos de resolución de conflictos por medios electrónicos en Costa Rica”*.

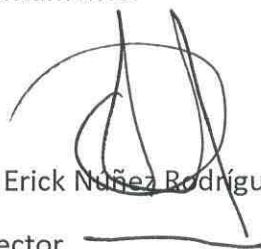
La aprobación se otorga no solo porque la investigación realizada cumple con los requisitos de fondo y forma exigidos por el Área que usted dirige, sino porque, además, ahonda con estricto rigor científico todas y cada una de las aristas investigativas que el título, la hipótesis y los objetivos de investigación plantearon.

Ciertamente es un trabajo bien realizado que demuestra la calidad investigativa de los alumnos de nuestra Facultad de Derecho.

Así las cosas, le solicito que se proceda a iniciar el procedimiento requerido para su defensa ante Tribunal Examinador, conforme la normativa universitaria.

Sin más, me suscribo.

Atentamente.



Dr. Erick Nuñez Rodríguez

Director.

24 de octubre, 2018

Director
Dr. Ricardo Salas Porras
Facultad de Derecho
Universidad de Costa Rica
Presente

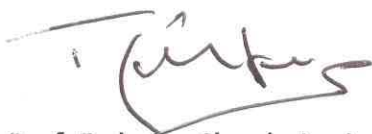
Estimado señor Director:

Me permito informarle, en mi condición de lector y miembro del Comité Asesor, que he revisado la tesis de graduación para optar por el grado de Licenciado en Derecho, del estudiante José David Vélez Matamoros, carné universitario A96708, titulada **“Los Conflictos de Consumo en Contratos Electrónicos y la Aplicación de Medios Alternos de Resolución de Conflictos por Medios Electrónicos en Costa Rica”**.

El tema abordado en la investigación es de gran actualidad e importancia social y académica, y representa un valioso aporte en materia de derecho del consumidor en un nuevo contexto económico y tecnológico.

El presente trabajo final de graduación cumple satisfactoriamente con los requisitos de forma y fondo establecidos por la Facultad de Derecho, por lo que me complace extender la aprobación correspondiente.

Atentamente,



Prof. Federico Chacón Loaiza
Lector
Comité Asesor

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio,
Martes 06 de Noviembre de 2018.

Prof. Ricardo Salas Porras
Director del Área de Investigación
Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica
S. O.

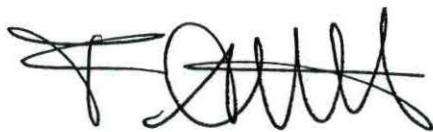
Estimado Director:

Hago de su conocimiento que he leído el texto del trabajo final de graduación, modalidad tesis, titulado "Los conflictos de consumo en contratos electrónicos y la aplicación de medios alternos de resolución de conflictos por medios electrónicos en Costa Rica", del postulante D. José David Vélez Matamoros, carné universitario A96708.

El señor Vélez sí desarrolla los contenidos propuestos para la aplicación de la resolución alterna de conflictos a la patología negocial electrónica; al efecto, sí alcanza un análisis de los elementos subjetivos, objetivos y funcionales de la contratación electrónica y sí logra un estudio crítico de los elementos sustantivos y procedimentales de la resolución alterna de conflictos aplicada al área negocial de interés.

Concluyo que el trabajo del señor Vélez sí reúne los requisitos para su defensa en sesión solemne y pública de réplica.

Atentamente,



Prof. Frank Alvarez Hernández
Lector de Tesis
Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica





M. L. Vilma Isabel Sánchez Castro
Bachiller y Licenciada en Filología Española. U. C. R.

A QUIEN INTERESE

Yo, Vilma Isabel Sánchez Castro, Máster en Literatura Latinoamericana, Bachiller y Licenciada en Filología Española, de la Universidad de Costa Rica; con cédula de identidad 6-054-080; inscrita en el Colegio de Licenciados y Profesores, con el carné N° 003671, hago constar que he revisado el documento autorizado por el tutor. Se han corregido en él los errores encontrados en ortografía, redacción, gramática y sintaxis. El cual se intitula:

LOS CONFLICTOS DE CONSUMO EN CONTRATOS ELECTRÓNICOS Y LA APLICACIÓN DE MEDIOS ALTERNOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS POR MEDIOS ELECTRÓNICOS EN COSTA RICA

JOSÉ DAVID VÉLEZ MATAMOROS

**LICENCIATURA EN DERECHO
FACULTAD DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE RODRIGO FACIO**

Se extiende la presente certificación a solicitud del interesado en la ciudad de San José a los veintinueve días del mes noviembre de dos mil dieciocho. La filóloga no se hace responsable de los cambios que se le introduzcan al trabajo posterior a su revisión.

Vilma Sánchez Castro



DEDICATORIA

A mis padres Ruth y Jorge por darme la vida y su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Al comité asesor por sus valiosos aportes: Dr. Erick Núñez Rodríguez, LLM. Federico Chacón Loaiza y Lic. Esp. Frank Álvarez Hernández.

Al Lic. Miguel Villegas Arce y al M.Sc. Marco Vinicio Alvarado Quesada por aceptar ser parte del Tribunal Examinador.

A Yasmin Granados, compañera de Facultad y futura colega.

A Jimmy Bolaños por motivarme e impulsarme a concluir con esta etapa académica.

A la señora Maricruz Goñi Díaz y al señor Erick Ulate Quesada por su amable colaboración.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
TABLA DE ABREVIATURAS.....	vi
RESUMEN.....	viii
FICHA BIBLIOGRÁFICA	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. DERECHO DEL CONSUMIDOR.....	6
1. Fundamentos y naturaleza jurídica del derecho del consumidor	7
2. Concepto de consumidor	11
A. Concepto general	11
B. Consumidor en el contexto electrónico.....	19
C. Concepto de consumidor electrónico.....	22
3. Regulación sobre el derecho del consumidor.....	27
A. Regulación europea.....	27
a. Artículos 114 y 169 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.....	30
b. Diversas medidas europeas de protección de los consumidores.....	31
B. Regulación española.....	33
a. 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	35
C. Regulación costarricense	38
a. Ley 7472, Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor y su Reglamento Decreto Ejecutivo 37899-MEIC	38
CAPÍTULO II. LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.....	42
1. Aspectos generales del comercio electrónico.....	43
2. La contratación electrónica	49
A. La declaración de voluntad por medios electrónicos.....	50
B. El acuse de recibo y la confirmación.....	51
C. La perfección del contrato.....	52
D. Lugar de perfección del contrato.....	53

3.	La masificación de los contratos electrónicos.....	53
A.	Contratos de adhesión.....	54
B.	Cláusulas abusivas	57
4.	Principales problemas en la contratación electrónica de consumo.....	59
A.	Retraso excesivo en la entrega.....	60
B.	Pérdida del bien o servicio	62
C.	El desistimiento.....	63
D.	Proceso de reclamo	66
E.	Protección de datos personales.....	70
5.	Regulación de la contratación electrónica.....	75
A.	Regulación europea.....	78
a.	Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2000 -Directiva sobre comercio electrónico-.....	78
B.	Regulación española.....	84
a.	Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico	85
C.	Regulación costarricense	89
a.	Decreto Ejecutivo 40703-MEIC mediante el cual se adiciona el capítulo denominado “ <i>Sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico</i> ” al Reglamento de la LPCDEC.	91
D.	Regulación de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.....	94
E.	Instrumentos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.....	96
CAPÍTULO III. LA RESOLUCIÓN ALTERNA DE CONFLICTOS EN LÍNEA Y SU APLICACIÓN EN CONTRATOS ELECTRÓNICOS		101
Sección I. Aspectos generales sobre los mecanismos de resolución alterna de conflictos		102
1.	Generalidades sobre la negociación, mediación, la conciliación y el arbitraje.....	106
A.	La negociación.....	106
B.	La mediación	107
C.	La conciliación.....	110
D.	El arbitraje.....	111

2. Aplicación de los mecanismos de resolución alterna en los conflictos de consumo.....	113
3. Regulación de la resolución alterna de conflictos de consumo	117
A. Regulación europea	117
a. 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) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo)	117
B. Regulación española.....	124
a. Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo	125
C. Regulación costarricense	129
a. Ley 7727, Ley sobre Resolución Alterna de Conflictos y Promoción de la Paz Social.....	130
b. Decreto Ejecutivo 32742 del 26 de julio de 2007, Manual de Procedimientos Centro de Resolución Alterna de Conflictos de Consumo Programa Casas de Justicia de la Dirección de Apoyo al Consumidor	135
Sección II. La resolución alterna de conflictos en línea y su aplicación en la contratación electrónica	137
1. Características de las plataformas de resolución alterna de conflictos en línea....	137
A. Negociación automatizada.....	140
B. Negociación asistida	140
C. Mediación en línea	141
D. Arbitraje en línea.....	141
2. Regulación de la resolución alterna de conflictos de consumo en línea	142
A. Regulación europea.....	142
a. 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	142
3. Estado actual de la resolución alterna de conflictos en línea en Costa Rica.....	150
CONCLUSIONES.....	164
BIBLIOGRAFÍA.....	176
ANEXOS.....	191

TABLA DE ABREVIATURAS

ADR	Alternative Dispute Resolutions
CNUDMI	Comisión para el Derecho Mercantil Internacional
CNC	Comisión Nacional del Consumidor
CPE	Constitución Política Española de 1978
DAC	Dirección de Apoyo al Consumidor
DEPA	Departamento de Procedimientos Administrativos
DECVP	Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo
DINARAC	Dirección Nacional de Resolución Alternativa de Conflictos
eADR	Ecommerce Alternative Dispute Resolutions
LGT	Ley 8642, Ley General de Telecomunicaciones, del 04 de junio de 2008.
LPCDEC	Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor
LSSICE	Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
Ley RAC	Ley 7727, Resolución Alternativa de Conflictos y Promoción de la Paz Social, del 09 de diciembre de 1997.
MAP	Módulo de Atención al Público
MEIC	Ministerio de Economía Industria y Comercio
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODR	Online Dispute Resolutions

OMC	Organización Mundial del Comercio
PACO	Departamento de Plataforma de Atención al Consumidor
PRL	Plataforma de Resolución de Litigios en Línea
RAC	Resolución Alternativa de Conflictos
RDSAC	Real Decreto 231/2008 de 15 de febrero por el que se crea el Sistema Arbitral de Consumo
SAC	Sistema Arbitral de Consumo
TFUE	Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea
TIC	Tecnologías de la Información
TRLGDCU	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.
UE	Unión Europea

RESUMEN

El acelerado crecimiento del comercio electrónico genera a diario cientos de miles de transacciones, y fomenta un intercambio comercial de diversos bienes y servicios de miles de millones de dólares.

Sin embargo, ese crecimiento en la utilización de los medios tecnológicos no ha sido acompañado de las reformas legales necesarias que le permitan al consumidor contar con un marco mínimo de seguridad jurídica, especialmente ante el posible surgimiento de una controversia con la contraparte, que en estos casos es el empresario quien utiliza el entorno electrónico para ofrecer y vender bienes y servicios.

La ausencia de regulación especial, que establezca medios alternos para la resolución de conflictos surgidos en el comercio electrónico, coloca al consumidor en una clara situación de riesgo y desventaja.

En virtud de lo anterior, como hipótesis se plantea que la regulación e implementación de la resolución alterna de conflictos por medios electrónicos contribuiría a la tutela efectiva de los derechos de los consumidores en Costa Rica.

Es por ello que el objetivo general en la presente investigación es analizar desde una perspectiva jurídica los mecanismos de resolución alterna de conflictos en línea por disputas surgidas en contratos electrónicos mediante la comparación de su regulación e implementación a nivel de Derecho Comparado con el fin de establecer una propuesta regulatoria para Costa Rica.

En cuanto a la metodología utilizada en la investigación, se realizó un análisis sistemático de leyes, reglamentos, tratados, convenios, directivas y recomendaciones sobre comercio electrónico y defensa del consumidor. El método deductivo permitió -a partir de la información recolectada (doctrina, estudios sobre el tema, normativa)- inferir conclusiones particulares sobre la resolución alterna de conflictos en línea para disputas originadas en contratos electrónicos entre un consumidor y un empresario. Por último, se comparó la forma en que se ha legislado sobre la materia en otros países con sistemas jurídicos similares al nuestro, esto con el fin de encontrar posibles soluciones que puedan ser útiles para la realidad jurídica costarricense.

También, con el fin de enriquecer la investigación, se realizaron entrevistas a personeros de la Comisión Nacional del Consumidor y de la Asociación Consumidores de

Costa Rica, las cuales permitieron conocer la experiencia de estas instituciones con los reclamos en materia de comercio electrónico, así como el criterio que tienen en relación con la resolución alterna de conflictos de consumo.

Del estudio de los fundamentos y la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, y la regulación vigente en la Unión Europea, España y Costa Rica, se evidenció que la ausencia de una legislación moderna en materia de derecho del consumidor en el ordenamiento jurídico costarricense coloca al consumidor electrónico en situación de mayor vulnerabilidad frente a la compra de bienes y servicios en línea.

En ese sentido, es necesario aprobar reformas legislativas y crear un marco jurídico actualizado que permita brindar niveles mínimos de seguridad jurídica, así como estándares elevados de protección a los consumidores en línea, pues la legislación existente responde a otro contexto económico y tecnológico.

De tal manera que la regulación e implementación de mecanismos de resolución alterna de conflictos por medios electrónicos en Costa Rica, tal y como sucede en la Unión Europea y en España, contribuiría a la tutela efectiva de los derechos de los consumidores, al proveerles el marco jurídico y las herramientas tecnológicas necesarias para la efectiva defensa de sus derechos cuando estos tengan un reclamo relacionado con un bien o servicio adquirido en línea.

FICHA BIBLIOGRÁFICA

Vélez Matamoros, José David. Los conflictos de consumo en contratos electrónicos y la aplicación de medios alternos de resolución de conflictos por medios electrónicos en Costa Rica. Tesis de Licenciatura en Derecho, Facultad de Derecho. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. 2018. x y 196.

Director: *Dr. Erick Núñez Rodríguez.*

Palabras claves: *derecho del consumidor, comercio electrónico, contratación electrónica, resolución alterna de conflictos, conflictos de consumo, resolución de conflictos de consumo en línea.*

INTRODUCCIÓN

Es innegable que en los últimos años el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento vertiginoso, siendo que a diario se realizan cientos de miles de transacciones que generan un tráfico comercial de intercambio de bienes y servicios de miles de millones de dólares.

Como muestra de lo anterior, un estudio realizado por la compañía de pagos digitales VISA reveló que en el año 2012: *“Centroamérica registró US\$1.051 millones en ventas en línea. De esa cifra, US\$388,4 millones correspondieron a compras en línea realizadas desde Costa Rica, lo cual equivale a un 37% del total vendido vía electrónica en la región. Esto coloca al país como líder en e-commerce a nivel centroamericano.”*¹

Asimismo, se calcula que el 85% de usuarios de internet de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica, de edades entre los 12 y 15, realizan compras en línea², lo cual confirma el auge en la utilización de los medios electrónicos para la realización de diversas transacciones, entre las que se encuentran la compra de bienes y servicios.

Sin embargo, ese crecimiento en la utilización de los medios tecnológicos no ha sido acompañado de las reformas legales necesarias que le permitan al

¹ DIEGO PÉREZ DAMASCO, “Comercio electrónico local es un mercado con gran potencial en Costa Rica”, Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC), accesado el 20 de julio de 2016, <http://www.camtic.org/actualidad-tic/comercio-electronico-local-es-un-mercado-con-gran-potencial-en-costa-rica/>

² MÓNICA CORDERO SANCHO, “Desarrollo del comercio electrónico camina más rápido que la actualización de la ley”, El Financiero, 03 de noviembre, 2013, accesado el 20 de julio de 2016, <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/desarrollo-del-comercio-electronico-camina-mas-rapido-que-la-actualizacion-de-la-ley/US3ZH0HVFDJCDGMHLDMP4OGO2Y/story/>

consumidor nacional contar con un marco mínimo de seguridad jurídica, especialmente ante el posible surgimiento de una controversia con su contraparte, que en estos casos es el empresario que utiliza el entorno electrónico para ofrecer y vender bienes y servicios.

La ausencia de normativa especial que regule medios alternos para la resolución de conflictos surgidos en el comercio electrónico, coloca al consumidor en una clara situación de riesgo y desventaja. Valga mencionar a modo de ejemplo que los vacíos legales en la materia ya han generado una serie de problemas en la solución de reclamos presentados ante la Comisión Nacional del Consumidor.³

Es por ello que la regulación e implementación de medios alternos de resolución de conflictos resulta fundamental para la defensa de los derechos del consumidor, así como para cumplir con lo señalado en el artículo 43 de la Constitución Política de Costa Rica, el cual establece el derecho de toda persona: *“(...) a terminar sus diferencias patrimoniales por medio de árbitros, aun habiendo litigio pendiente.”*

Investigar sobre la resolución alterna de conflictos en relaciones de consumo es de suma relevancia, pues, es necesario brindarle al consumidor los instrumentos que le permitan dirimir de forma rápida, eficaz y sin mayores costos los reclamos que surjan por contrataciones realizadas por medios electrónicos.

³ MÓNICA CORDERO SANCHO, “Desarrollo del comercio electrónico camina más rápido que la actualización de la ley”, El Financiero, 03 de noviembre, 2013, accesado el 20 de julio de 2016, <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/desarrollo-del-comercio-electronico-camina-mas-rapido-que-la-actualizacion-de-la-ley/US3ZH0HVFDJCDGMHLDMP4OGO 2Y/story/>

En este trabajo de investigación se pretende estudiar los medios de resolución alterna de conflictos en el comercio electrónico y su impacto en la defensa efectiva del consumidor en aquellos países que han regulado e implementado estos mecanismos utilizando plataformas electrónicas, de igual forma, la necesidad de establecer en el ordenamiento jurídico costarricense una regulación que permita su aplicación, y analizar los principales retos a nivel jurídico y práctico que enfrentan los métodos de resolución de disputas en línea.

En ese sentido, el **objetivo general** que se planteó analizar desde una perspectiva jurídica los mecanismos de resolución alterna de conflictos en línea por disputas surgidas en contratos electrónicos mediante la comparación de su regulación e implementación a nivel de Derecho Comparado con el fin de establecer una propuesta regulatoria para Costa Rica.

Asimismo, se establecieron los siguientes **objetivos específicos**:

1. Estudiar los fundamentos y la naturaleza jurídica del derecho del consumidor.
2. Analizar las principales características y la problemática de la contratación electrónica en la actualidad.
3. Analizar la resolución alterna de conflictos de consumo en línea y su regulación en el Derecho de la Unión Europea y el Derecho Español comparándolo con la regulación costarricense.

A modo de **hipótesis** se planteó que la regulación e implementación de la resolución alterna de conflictos por medios electrónicos contribuiría a la tutela efectiva de los derechos de los consumidores en Costa Rica.

En lo que respecta a la **metodología** empleada, se realizó un análisis sistemático de leyes, reglamentos, tratados, convenios, directivas y recomendaciones sobre comercio electrónico y defensa del consumidor.

De igual forma, se utilizó el método deductivo de tal forma que de la información recolectada (doctrina, estudios sobre el tema, normativa) se infirieron conclusiones particulares sobre la resolución alterna de conflictos en línea para disputas originadas en contratos electrónicos entre un consumidor y un empresario.

También, se recurrió al método comparativo mediante el cual se comparó la forma en que se ha legislado sobre la materia en otros países con sistemas jurídicos similares al nuestro, esto con el fin de encontrar posibles soluciones que puedan ser útiles para la realidad jurídica costarricense.

Por último, y con el fin de enriquecer la investigación, se realizaron entrevistas a personeros de la Comisión Nacional del Consumidor y de la Asociación Consumidores de Costa Rica, las cuales permitieron conocer la experiencia de estas instituciones relacionada con los reclamos en materia de comercio electrónico, así como saber de su criterio en cuanto a la resolución alterna de conflictos de consumo.

El trabajo de investigación se estructura en tres capítulos, cada capítulo desarrolla un eje temático. En el **primer capítulo** se desarrollan aspectos generales sobre el Derecho del consumidor, sus fundamentos, concepto, regulación europea, española y costarricense. En el **segundo capítulo** se desarrolla el tema de la contratación electrónica, estudiando aspectos generales sobre comercio electrónico y contratación electrónica, características de la contratación electrónica, sus principales problemas y su regulación europea, española y costarricense.

El **tercer capítulo** se divide en dos secciones, en la primera sección se estudiaron los aspectos generales sobre los mecanismos de resolución alterna de conflictos de consumo, y en la segunda la aplicación de dichos mecanismos en la contratación electrónica.

CAPÍTULO I. DERECHO DEL CONSUMIDOR

El presente capítulo se inicia con una breve reseña sobre los fundamentos y la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, para ello se expone su origen y consolidación como herramienta indispensable para la defensa de los consumidores. Asimismo, se realiza un acercamiento al concepto de consumidor, y se explora lo que se ha denominado como consumidor electrónico.

Además, se efectúa un estudio de la regulación sobre el derecho del consumidor emanado desde el seno de la Unión Europea -en adelante UE-, la legislación española y finalmente la emitida en Costa Rica.

En cuanto a la regulación europea se toma como punto de partida lo establecido en los artículos 114 y 169 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea -en adelante TFUE-, así como diversas medidas europeas de protección de los consumidores.

En lo que respecta a la legislación española se estudia 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-.

Finalmente, de la regulación costarricense se analiza la Ley 7472, Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor -en adelante LPCDEC-, y su Reglamento Decreto Ejecutivo 37899-MEIC.

1. Fundamentos y naturaleza jurídica del derecho del consumidor

El nacimiento del Derecho del consumidor tiene como germen una serie de acontecimientos históricos en los cuales el consumidor, por su posición desfavorable frente al comerciante, resultó gravemente perjudicado⁴, como principal consecuencia de dichos acontecimientos nacen diversos movimientos de lucha en pro de sus derechos y del desarrollo de regulación que les brindará protección.

El anterior contexto se explica, en principio, porque el liberalismo económico entendía que las relaciones contractuales se regían por las premisas de igualdad y libertad para negociar las condiciones de los contratos, lo anterior como reflejo de un ejercicio pleno de la autonomía de la voluntad y de la libertad de comercio de los sujetos. Es por ello se afirma que el contrato era concebido como la principal expresión de la libertad existente en la economía liberal del siglo XIX.⁵

Sin embargo, en la práctica dichas premisas se convirtieron en la justificación de los comerciantes para imponerse ante sus contrapartes, pues estos últimos, en no pocas ocasiones, se enfrentaron a situaciones desventajosas

⁴ Así por ejemplo se mencionan problemas como el aumento de precios, escándalos relativos a sustancias farmacéuticas, la huelga de las amas de casa en Detroit, la conciencia creada por autores como Upton Sinclair, a mayor abundamiento ver: JOSÉ OVALLE FAVELA, "Derechos del consumidor", México, D.F.: UNAM, 2004, accesado el 25 de abril de 2017, ProQuest Ebrary.

⁵ YURI VEGA MERE, "El derecho del consumidor y la contratación contemporánea. Consideraciones preliminares a favor de la construcción dogmática de los contratos", *Contratación contemporánea: contratación electrónica y tutela del consumidor* v2, (2000): 515-638, accesado el 12 de julio de 2016, <https://app.vlex.com/#WW/vid/365587014>

que ocasionaban un desequilibrio entre ambos, se evidencia, por lo tanto, que el contrato llegó a convertirse en un medio de opresión del fuerte por el débil.

También, otro de los aspectos que fundamentaron la intervención regulatoria de un tercero en esta relación comercial, fue la aparición de los contratos masivos, cuyo objetivo era facilitar el intercambio de bienes y servicios a través de la estandarización de las cláusulas de contratación que solo podían ser aceptadas o rechazadas por los consumidores.⁶

En vista de lo anterior, se afirma que la creación de este tipo de contratos vino a convertirse en una limitación grave de la autonomía de la voluntad, así como, en la desaparición de la etapa previa de negociación entre los sujetos contratantes, el comerciante y el consumidor.

En cuanto a este alegado desequilibrio entre ambos sujetos en la relación contractual, se identifican dos posiciones que tratan de responder cuál es el origen de dicha desigualdad, así por un lado se indica que es la falta de acceso a la información por parte de los consumidores la principal causa de dicho desequilibrio, y por otro, se apunta más a la posición económica ventajosa que tiene el empresario sobre el consumidor.

El escenario descrito tiene cabida en el marco del capitalismo como sistema económico imperante, cuya principal característica es la libertad para intercambiar

⁶ YURI VEGA MERE, "El derecho del consumidor y la contratación contemporánea. Consideraciones preliminares a favor de la construcción dogmática de los contratos", *Contratación contemporánea: contratación electrónica y tutela del consumidor v2*, (2000): 515-638, accesado el 12 de julio de 2016, <https://app.vlex.com/#WW/vid/365587014>

bienes y servicios entre los sujetos que componen las relaciones económicas, hoy bajo esquemas de intercambio comercial de escala mundial.

Sin embargo, como respuesta a esta desventajosa posición del consumidor, nace una serie de movimientos que pretenden hacer frente a los abusos ejercidos en su contra por parte de los comerciantes, es así como se da el surgimiento de organizaciones en defensa de los consumidores, al respecto se afirma que: *“Fue en los Estados Unidos de América donde florecieron las primeras organizaciones de consumidores, teniéndose constancia, como antecedente más lejano, de la creación de la Liga de Consumidores en el año 1891 en la ciudad de Nueva York. Pero la consolidación de los primeros movimientos de protección surgió como consecuencia de la publicación del libro *Your Money’s Worth* elaborado por los promotores de la “Consumer Union” quienes reclamaban al Gobierno que publicase los resultados de los estudios comparativos realizados por la Administración sobre determinados productos.”*⁷

Por su parte, GONZÁLEZ HERRANZ (citado por PAÑOS PENCO, 2010) afirma que fue con la cumbre de París de 1972 que se da la génesis del Derecho del consumidor, pues en esta cumbre surgen los derechos fundamentales del consumidor, destacándose el derecho a la información, el derecho de protección a la salud y seguridad, el derecho a la protección de los intereses económicos, el derecho a la reparación de daños y perjuicios, el derecho a una representación y consulta, y el derecho a la educación para formar ciudadanos críticos y

⁷ ÁNGEL ACEDO PENCO, *El concepto de consumidor y usuario y sus derechos básicos en el vigente Derecho comunitario europeo y español. La protección del consumidor en Código civil de la República de Cuba* (La Habana: Unión Nacional de Juristas de Cuba, 2014), 591.

responsables, en tal sentido se dice que: *“El llamado movimiento protector de los consumidores es relativamente reciente y ha alcanzado en pocos años una gran complejidad normativa, que se desenvuelve en los llamados derechos del consumidor.”*⁸

Es así como la creación de regulación, cuyo objetivo era brindar protección a los consumidores de frente a los riesgos que estos enfrentaban producto del acelerado crecimiento y expansión en el intercambio de bienes y servicios, es lo que da origen al derecho del consumidor.

En tal sentido la Procuraduría General de la República de Costa Rica ha definido el Derecho del consumidor como: *“(...) un sistema global de normas, principios, e instituciones y medios instrumentales consagrados en el ordenamiento jurídico, tendientes a lograr el equilibrio de la posición del consumidor dentro del mercado en sus relaciones con los proveedores de bienes y servicios en forma masiva.”*⁹

De esta manera la intervención del Estado se justifica en el interés público de proteger a la sociedad de los peligros que surgen producto del intercambio masivo de bienes y servicios, como lo son los riesgos relacionados con la salud, la seguridad, la información y el medio ambiente, entre otros, lo anterior a través de disposiciones que crean derechos así como mecanismos para garantizarlos.

⁸ ALBA PAÑOS PÉREZ, *Derechos y garantías del consumidor en el ámbito contractual* (Almería: Editorial Universidad de Almería, 2010), 12.

⁹ “Opinión Jurídica OJ-019-2011 del 25 de abril de 2011”, Procuraduría General de la República, accesado el 12 de enero de 2017, http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/pronunciamento/pro_ficha.aspx?param1=PRD%20¶m6=1&nDictamen=16679&strTipM=T

Como parte del estudio del denominado Derecho del consumidor, a continuación se procederá a realizar una aproximación al concepto de consumidor.

2. Concepto de consumidor

A. Concepto general

En primer lugar es importante aclarar que, al igual que ocurre en la mayoría de áreas de estudio del Derecho, no existe un concepto único con el cual pueda identificarse al consumidor, así mismo, no hay unanimidad doctrinal ni legal sobre la noción de consumidor, en ese sentido se trae a colación lo dicho por BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (citado por VEGA VEGA, 2005) quien indica se debe aceptar: *“(…) la inexistencia de una noción legal omnicomprensiva de consumidor, pues ésta es configurada sectorialmente por la norma protectora al delimitar su ámbito de aplicación respecto del sujeto y de la relación producto o servicio al que pretende extender sus reglas tuitivas como acto de consumo.”*¹⁰

Por otro lado, algunos apuntan que la definición de consumidor más que jurídica es económica, por lo que para tener claro dicho concepto se debe acudir a esta última rama de la ciencia, en ese sentido ACEDO PENCO indica que: *“Aunque en la actualidad la expresión “consumidor” forma parte, también, del lenguaje jurídico, dicho concepto procede de la ciencia económica que se refiere al mismo*

¹⁰ JOSÉ ANTONIO VEGA VEGA, *Contratos electrónicos y protección de los consumidores* (Madrid: Editorial REUS, S. A., 2005), 94.

para describir un sujeto de mercado que adquiere bienes o utiliza servicios para su propio uso o para la satisfacción de sus necesidades personales o familiares.”¹¹

Ahora bien, respecto del consumidor se han establecido una serie de características que nos permiten identificarlo, así, por ejemplo, para GONZÁLEZ HERRANZ existen tres aspectos que permiten definir quién puede ser considerado como consumidor: “1° No es solamente un comprador, sino una persona que se sitúa al final del circuito y que pone fin a la vida económica de un bien, producto o servicio. 2° Aparece aislado, solo, en sus relaciones económicas –tanto en el momento de la adquisición del bien como en el de su utilización-. 3° No es un experto, diferenciándose de otros agentes del circuito económico en el hecho de carecer de una especial capacidad técnica. Su actividad, en definitiva, no es profesional.”¹²

Como se observa, el concepto de consumidor no es unívoco, por el contrario, es amplio y genérico, así, por ejemplo, en el Derecho comunitario europeo no existe una definición única de consumidor, y en múltiples instrumentos de esa organización se mencionan diversas definiciones sobre el mismo, en ese sentido se dice que: “(...) no existe en el Derecho comunitario un concepto jurídico general y uniforme de consumidor. En realidad, disponemos de diversas definiciones de consumidor, lo que obliga a consultar cada una de las normas

¹¹ ÁNGEL ACEDO PENCO, *El concepto de consumidor y usuario y sus derechos básicos en el vigente Derecho comunitario europeo y español. La protección del consumidor en Código civil de la República de Cuba* (La Habana: Unión Nacional de Juristas de Cuba, 2014), 590.

¹² MARÍA LUISA GONZÁLEZ HERRANZ, *La comunicación publicitaria en el entorno de la protección al consumidor* (Bases de Datos de Tesis inéditas de la Universidad Complutense de Madrid, 2001), 54.

comunitarias en cuestión si se quiere, por ejemplo determinar su ámbito de aplicación subjetivo.”¹³

Cabe señalar que fue en el artículo 13 del Convenio de Bruselas del 27 de septiembre de 1968 relativo a la competencia judicial y a la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, donde se hizo referencia por primera vez al concepto de consumidor, indicando que hay un consumidor en un: “(...) contrato concluido por una persona para un uso que pudiera considerarse como ajeno a su actividad profesional, a partir de ahora denominada “el consumidor”¹⁴.

¹³ ALBA PAÑOS PÉREZ, *Derechos y garantías del consumidor en el ámbito contractual* (Almería: Editorial Universidad de Almería, 2010), 16.

¹⁴ JUAN CARLOS VILLALBA, “La noción de consumidor en el Derecho Comparado y en el Derecho colombiano”. *Vniversitas*, Bogotá (Colombia) n° 119, (2009): 305-340, accesado el 06 de mayo de 2017, <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n119/n119a18.pdf>. Además, otras definiciones que se encuentran en las Directivas europeas y que menciona el autor son las siguientes: “La directiva 85/577/CEE referente a los contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales, en su artículo 2.1 define consumidor como “toda persona física que, para las transacciones amparadas por la presente directiva, actúe para un uso que pueda considerarse como ajeno a su actividad profesional”. • La directiva 87/102/CEE, en su artículo 1.2, define al consumidor como “la persona física que en las operaciones reguladas por la presente directiva, actúe con fines que puedan considerarse al margen de su oficio o profesión”. • La directiva 90/314/ CEE relativa a viajes combinados, en su artículo 2.4 define al consumidor como “la persona que compra o se compromete a comprar el viaje combinado (el contratante principal), la persona en nombre de la cual el contratante principal se compromete a comprar el viaje combinado (los demás beneficiarios) o la persona a la cual el contratante principal u otro beneficiario cede el viaje combinado (cesionario)”. • La directiva 93/13/ CEE del 5 de abril de 1993, relativa a las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, en su artículo 2 b) define al consumidor como “toda persona física que, en los contratos regulados por la presente directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”. • La directiva de protección al consumidor en contratos a distancia 97/7 de 20 de mayo de 1997, en el artículo 2.º define al consumidor de la siguiente como “toda persona física que en los contratos contemplados en la presente directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”. • La directiva 98/6/CE en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores como “cualquier persona física que compre un producto con fines ajenos a su actividad comercial o profesional”. • La directiva 1999/44/ce referente a determinados aspectos de la venta y garantías de los bienes de consumo como “toda persona física que, en los contratos que refiere la presente directiva, actúa con fines que no entran en el marco de su actividad profesional”. La directiva 2000/31/CE sobre el comercio electrónico, artículo 2(e) como “Cualquier persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio o profesión”. • El reglamento 178/2002 referente a los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, nos da una definición de consumidor final como “el consumidor último de un producto alimenticio que no empleará dicho alimento como parte de ninguna operación o actividad mercantil en el sector de la alimentación”. • La

En el caso de España, la legislación actual define el término de consumidor o usuario como: *“(...) las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Son también consumidores a efectos de esta norma las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.”*¹⁵

La anterior definición tiene como propósito adaptarse a la establecida a nivel comunitario¹⁶, dejando a salvo la posibilidad que existe en el ordenamiento

directiva 2002/65/CE relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores como “toda persona física que, en los contratos a distancia, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial o profesional”. • La directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales como “cualquier persona física que, en las prácticas comerciales contempladas por la presente directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio, oficio o profesión”.”

¹⁵ Artículo 3 del 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.

¹⁶ Sobre la relación del concepto desarrollado en el artículo 3 del Real Decreto Legislativo 1/2007 y las Directivas europeas, SERGIO CÁMARA LAPUENTE indica: *“(...) En cuanto a las Directivas cuya transposición ha quedado refundida por el RDLeg. 1/2007, coinciden la Directiva 85/577 (ventas fuera de establecimiento, art. 2), la Directiva 93/13 (cláusulas abusivas, art. 2.b), la Directiva 97/7 (contratos a distancia, art. 2.2) y la Directiva 99/44 (garantías en las ventas de consumo, art. 1.2.a) en que consumidor es «toda persona física que actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional», con ligeras variantes de redacción entre ellas: «un uso» (Directiva 85/577) versus «un propósito» (Directiva 93/13, Directiva 97/7) o «fines» (Directiva 99/44) ajenos a su «actividad profesional». En cuanto a las Directivas cuyas transposiciones se encuentran fuera del TR-LGDCU, la idea se reitera, invariablemente aludiendo todas a la «persona física» –ninguna Directiva de consumo contempla las personas jurídicas en su ámbito– que con un fin o propósito «ajeno a su actividad comercial o profesional» (Directiva 98/6 sobre indicación de precios, art. 2.e; Directiva 2002/65 sobre comercialización a distancia de servicios financieros, art. 2.d; Directiva 2008/48 sobre crédito al consumo, art. 1.2.a;) o «a su actividad económica, negocio o profesión» (Directiva 2000/31 sobre comercio electrónico, art. 2.e) o a «su actividad económica, negocio, oficio o profesión» (Directiva 2005/29 sobre prácticas comerciales desleales, art. 2.a; Directiva 2008/122 sobre contratos de aprovechamiento por turno, art. 2.f). Exactamente la misma directriz, con este último tenor legal más circunstanciado, se contiene en la Propuesta de Directiva de Derechos de los Consumidores de 2008 (art. 2.1 PDDC, en adelante)³. Por su parte, la Directiva sobre viajes combinados (Directiva 90/314, art. 2.4) adopta un concepto propio de «consumidor» (cfr. art. 151.g TR-LGDCU) y la Directiva sobre responsabilidad por daños causados por productos defectuosos (Directiva 85/374) no pivota sobre el concepto de «consumidor», sino sobre el más amplio de «perjudicado» (cfr. art. 128 y ss. TRLGDCU); el art. 3 TRLGDCU respeta, correctamente, la autonomía de los conceptos propios de estos dos ámbitos («sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero [responsabilidad] y cuarto [viajes combinados]»), que abarcan también a los empresarios –en el caso de la Directiva 85/374, salvo por daños materiales que afecten a bienes o servicios de uso o consumo principalmente empresarial ex art. 129: cfr. STJCE 4 junio 2009, asunto Moteurs Leroy Somer⁴, en el caso de la Directiva 90/314, cualesquiera empresarios que contratan viajes combinados para fines profesionales–.”*

jurídico español de catalogar como consumidor a una persona jurídica moral, en cuanto a esto se dice que: *“(...) en la definición contenida en el TRDCU, la singularidad de la inclusión de la persona jurídica dentro del concepto de consumidor, que no encuentra reflejo en la normativa comunitaria, y que CAVANILLAS MÚGICA reduce a los entes de tipo asociativo, y siempre que no se trate de asociaciones de empresarios o profesionales, dada la necesidad de que esas personas jurídicas-consumidores actúen en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional.”*¹⁷

En similar sentido CÁMARA LAPUENTE señala que: *“El transcrito «concepto general de consumidor y de usuario» del art. 3 TRLGDCU, procede de las definiciones contenidas en las Directivas cuyas leyes de transposición se refunden en el TRLGDCU y también en algunas otras Directivas cuyas leyes de transposición han quedado marginadas de este nuevo texto de 2007. De esta forma, según su Exposición de Motivos (III § 2), el concepto «se adapta a la terminología comunitaria, pero respeta las peculiaridades de nuestro ordenamiento jurídico en relación con las personas jurídicas».”*¹⁸

Por otra parte, en lo que respecta al ordenamiento jurídico costarricense se cuenta con la LPCDEC -cuerpo legal que se analizará con posterioridad- el cual define en su artículo 2º al consumidor como: *“Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los*

¹⁷ JOSÉ PALMA HERRERA et al., *Los consumidores y usuarios como sujetos de tutela penal* (Navarra: Editorial Aranzadi, 2010), 38.

¹⁸ SERGIO CÁMARA LAPUENTE, "El concepto legal de «consumidor» en el Derecho privado europeo y en el Derecho español: aspectos controvertidos o no resueltos", *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 3, nº 1 (2011): 84-117, accesado el 06 de mayo de 2017, <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/1068/387>

bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano -en los términos definidos en el Reglamento de esta Ley- que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.”

De conformidad con lo señalado en el numeral antes citado, el legislador costarricense incorporó dentro de la definición de consumidor la figura del industrial y del artesano, pero delegando en el Poder Ejecutivo la delimitación de ambos conceptos, es por ello que en el artículo 2° del Decreto Ejecutivo 37899-MEIC, Reglamento a la LPCDEC, se procedió a dar contenido a ambas figuras.¹⁹

Asimismo, se puede afirmar que el criterio de consumidor que incorpora la legislación costarricense es, similar al español, uno de tipo positivo-finalista pues se identifica al consumidor como el “destinatario final”, y a diferencia del establecido en la normativa comunitaria de la UE que parte de un criterio negativo al establecerse que consumidor es aquel que actúa con un propósito ajeno a su actividad empresarial.

De acuerdo con lo anterior, la SALA I DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DE COSTA RICA en resolución 295-F-2007 de las 10:45 horas del 26 de abril de 2007,

¹⁹ El artículo 2° del Reglamento a la LPCDEC los define de la siguiente manera: “**Artesano:** Persona física o entidad de hecho o de derecho que adquiera productos terminados o insumos para producir, transformar o reparar bienes, mediante un proceso en el que la mano de obra resulta el factor predominante, dando por resultado un producto individualizado, en que quede impreso el sello personal y que no corresponda a la producción industrial mecanizada y en serie. El artesano se considerará como “consumidor” para los efectos de la Ley y este reglamento. (...) **Pequeño industrial:** Persona física o entidad de hecho o de derecho, que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en la producción o transformación de artículos manufacturados, bajo los criterios establecidos para la pequeña empresa en la Ley de Impuesto sobre la Renta y su Reglamento. El pequeño industrial se considerará como “consumidor” para los efectos de la Ley y de este reglamento.”

desarrolla la definición de consumidor en los siguientes términos: “(...) *consumidor, debe entenderse en un planteamiento expansivo respecto al ámbito de aplicación de las personas que requieran de una especial protección en esta materia. No se supedita a un “contrato de consumo”, porque significaría aplicarla de forma restringida y limitada a aquella persona que compra, o que contrata. La posición del derecho moderno, según este Órgano decidor, es que se le conciba como cliente, entendido a quien participa en las actividades comerciales en la posición de potencial adquiriente -y no comprador efectivo-, de bienes y servicios con el titular de la oferta. Dependiendo de la etapa del proceso, se puede distinguir entre contratante y cliente. El primero, se denomina consumidor jurídico. Adquiere un bien o servicio mediante una relación jurídica típica, como por ejemplo, la compra. El segundo es el consumidor material, quien no contrata el bien o servicio, puede potencialmente adquirirlo o utilizarlo. Este último es el centro de protección jurídica en el ámbito de la seguridad de los consumidores.*”

Si bien es cierto resulta importante tener claro quién puede ser considerado consumidor a la luz de las diversas legislaciones, algunos autores más que hacer referencia a un concepto de consumidor, enfocan el análisis en nociones de consumidor, indicando que: “(...) *la ausencia de una noción unánime de consumidor explica la diversidad de los planteamientos que se han desarrollado tanto en la doctrina como en las diferentes legislaciones.*”²⁰

²⁰ SAN EPIFANIO, LEIRE ESCAJEDO, “La base jurídico-constitucional de la protección de los consumidores en la Unión Europea”, *Revista de Derecho Político* 70 (2007): 225.

En ese sentido, más que intentar arribar a un concepto general de consumidor algunos autores exponen sobre la existencia de diversas nociones, así por ejemplo SOSA OLÁN menciona cinco de ellas, a saber:²¹

1. Noción abstracta que identifica al consumidor con la figura de ciudadano.
2. Noción jurídica que lo identifica con quien ejecuta el acto de contratación del servicio o compra del producto.
3. Noción de consumidor material como aquel que hace uso o disfrute del bien o servicio.
4. Noción de consumidor como cliente que incluye cualquier persona que en el mercado adquiera un bien o disfrute de un servicio por cualquier título.
5. Noción de consumidor espectador mediante la cual se trata de proteger a los destinatarios potenciales de bienes y servicios, evitándose prácticas prohibidas en el mercado.²²

Como resultado de las diversas definiciones que se han expuesto, se considera que para efectos de la presente investigación una conceptualización de general de consumidor podría ser la siguiente: aquel que actúa con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión.

²¹ HENRY SOSA OLÁN, "El concepto de consumidor en el ordenamiento jurídico europeo y español", *Ars Boni et aequi* n° 12-2 (2016): 167-201, accesado el 12 de julio de 2016, <https://app.vlex.com/#WW/sources/14383/issues/358737>

²² *Ibid.*: "(...) esta noción encuentra fundamento en el artículo 83.1 del Tratado Constitutivo de la Unión Europea (hoy artículo 101 del TFUE), el cual prohíbe los acuerdos, decisiones y prácticas concertadas colusorias entre las empresas para perjudicar al consumidor."

Lo anterior por considerar que la misma es lo suficientemente amplia y que en ella se incluye a los destinatarios finales que adquieren, disfrutan y utilizan bienes y servicios.

B. Consumidor en el contexto electrónico

El derecho del consumidor enfrenta, en la sociedad de la información, una serie de desafíos. Los constantes cambios producto de la globalización, los avances tecnológicos y la interconexión de los mercados, son solo algunos de los fenómenos que impactan de forma directa sobre esta materia.

Para los efectos del presente trabajo de investigación se considera que en el contexto del intercambio comercial por medios electrónicos existen dos aspectos de gran relevancia para el Derecho del consumidor.

El primero tiene que ver con la creación de un mínimo de normas que permitan generar un entorno de seguridad jurídica y confianza, y el segundo apunta a que dicho intercambio comercial se logre adecuar a ese marco normativo.

Sin embargo, alcanzar esos objetivos resulta todo un desafío, especialmente en contextos tecnológicos que avanzan rápidamente frente a un lento desarrollo y adaptación del ordenamiento jurídico, es así como: *“(...) los avances introducidos por las nuevas tecnologías de la información crean una situación compleja para el Derecho, en general, y para el Derecho de consumo, en particular, situación que debido a la magnitud de los cambios producidos por las nuevas tecnologías en el comercio, hacen aparecer como insuficientes los*

*conceptos jurídicos tradicionales para responder eficazmente a la problemática producida por la contratación electrónica y, más específicamente, por el consumo electrónico (...)*²³

Es decir, encontrar una respuesta eficaz del derecho del consumidor en transacciones electrónicas nacionales e internacionales, representa una labor que no es sencilla pues, el consumidor se enfrenta a un mercado ilimitado, en donde la intervención regulatoria del Estado, con el fin de proteger a la parte más débil y de evitar la lesión de sus derechos e intereses es restringida, esto como resultado de la misma naturaleza descentralizada e internacional de redes de comunicación como el internet.

En virtud de lo anterior se dice que se está ante: *“Unas relaciones en las que el consumidor se enfrenta a cláusulas genéricas, a formas agresivas de publicidad, a suministros a distancia de bienes o servicios sin escrúpulos, que no dudarían en aprovechar el desarrollo tecnológico que evita el contacto humano, y la protección que brinda la pantalla de la persona jurídica tras la que frecuentemente se opera, para enriquecerse de forma ilícita.”*²⁴

Con el fin de solventar la anterior problemática, se apunta a la creación de garantías mínimas y de un marco general de tutela de los derechos de los consumidores, en tal sentido PINOCHET OLAVE afirma que: *“(...) con una legislación suficiente, se dotará de mayor seguridad jurídica a las operaciones que se realicen*

²³ RUPERTO ANDRÉS PINOCHET OLAVE, *Contratos electrónicos y defensa del consumidor* (Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., 2011), 102.

²⁴ JOSÉ PALMA HERRERA et al., *Los consumidores y usuarios como sujetos de tutela penal* (Navarra: Editorial Aranzadi, 2010), 24.

*en la red y con ello se obtendrá un mayor grado de confianza de los consumidores en este nuevo medio, puesto que sus derechos se verán protegidos por el ordenamiento jurídico.*²⁵

Sin embargo, y a pesar de estar de acuerdo con la anterior afirmación, no se puede negar que la regulación, por sí sola, de las relaciones comerciales desarrolladas por medios electrónicos, en especial los aspectos relacionados con los derechos del consumidor, sean suficientes para que este alcance un nivel elevado de protección.

Lo anterior porque, la confianza del consumidor en la utilización de los medios electrónicos no se desarrolla únicamente por la existencia de regulación que le proteja, sino también, porque dicha regulación pueda ser aplicada ante la violación de sus derechos.

Es decir, la seguridad jurídica y la elaboración de un marco regulatorio se presentan como aspectos fundamentales en el desarrollo de la confianza del consumidor en la utilización de los medios electrónicos para adquirir bienes y servicios.

Sin embargo, al respecto se ha de reconocer que existe poco desarrollo en cuanto a la creación y aplicación de este tipo de normativa, especialmente en el contexto comercial transfronterizo, en cual, por sus características mismas puede resultar algo complejo.

²⁵ JOSÉ PALMA HERRERA et al., *Los consumidores y usuarios como sujetos de tutela penal* (Navarra: Editorial Aranzadi, 2010), 24.

C. Concepto de consumidor electrónico

Las nuevas formas de consumo han generado la necesidad de redefinir algunos aspectos del derecho del consumidor, es en vista de lo anterior que algunos vislumbran, que quien adquiere bienes y servicios en línea responde a una nueva categoría de consumidor, y que por lo tanto, debe de elaborarse un concepto de consumidor electrónico como tal.

Bajo esta tesis, se identifican una serie de aspectos que diferencian el consumidor electrónico del consumidor tradicional, con el fin de brindar un nivel de protección aún más especializado, abogando por la creación de una categoría de consumidor electrónico que responda al contexto en el que estos interactúan.

Así por ejemplo TINAJEROS ARCE, indica que: *“(...) en la medida que se globaliza la definición de consumidor, se avanza para una definición amplia del mismo, previéndose la protección del individuo frente a la organización de sistemas complejos e hipertecnológicos de la sociedad globalizada. En este sentido, se elaboró el criterio de "Consumidor electrónico" que sería entendido como el consumidor híper-vulnerable, pues la tecnología amplía el abanico de opciones de modo significativo en un mercado virtual.”*²⁶

Asimismo, el consumidor electrónico cuenta con una serie de características que lo diferencian del que realiza transacciones de compra y venta

²⁶ ERIKA TINAJEROS ARCE, “Protección del Consumidor en el MERCOSUR: Primeras observaciones sobre publicidad y oferta en el comercio electrónico”, *Consumo y Legal* n° 7, (2007), accesado el 12 de julio de 2017, <http://vlex.com/vid/mercosur-primeras-observaciones-oferta-38250615>

de bienes y servicios por medios tradicionales, PINOCHET OLAVE²⁷ desarrolla esas características:

- Interactividad: permite al consumidor escoger dentro de una extensa gama de opciones, sobre la información que recibe, esta interactividad es de carácter continuo.
- Espontaneidad: la comunicación vía telemática entre oferentes y consumidores se realiza de forma espontánea.
- Pasividad del oferente: hasta cierto punto el oferente precisa la autorización del consumidor para establecer una comunicación. Sin embargo, la actitud del oferente puede ser activa, ya que le es posible recabar información de los usuarios que han visto su web y realizar estudios sobre sus preferencias, para posteriormente modificar el contenido de su oferta a objeto de lograr mayor efectividad comercial.
- Generalidad de la oferta: internet es abierto a todas las empresas, y más aún a cualquier persona que desee utilizarlo para ofrecer cualquier bien o servicio.
- Globalidad: internet es un medio de comunicación global y es también un mercado global al que pueden acceder todos los usuarios de la red.

En ese sentido, no se puede obviar que el concepto de consumidor electrónico debe tomar en cuenta que este tiene la opción de situarse tanto en un ámbito nacional como internacional, ello sin la necesidad de trasladarse

²⁷ RUPERTO ANDRÉS PINOCHET OLAVE, *Contratos electrónicos y defensa del consumidor* (Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., 2011), 106-107.

físicamente a otro Estado, todo mediante un “click”, por eso se hace referencia al consumidor electrónico como un consumidor internacional, se entiende este como: *“(...) aquel sujeto cuya relación de consumo sin fines profesionales y frente a un profesional se encuentra vinculada con más de un ordenamiento jurídico.”*²⁸

Como resultado de las diversas definiciones que se han expuesto, se considera que para efectos de la presente investigación una conceptualización general de consumidor electrónico podría ser la siguiente: aquel que adquiere bienes y servicios por medios electrónicos con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial oficio o profesión.

También, las nuevas modalidades de intercambio comercial generan la necesidad de establecer una categoría de consumidor, que abarque tanto al que realiza comercio electrónico directo como indirecto, así por ejemplo CENDOYA MÉNDEZ DE VIGO (citado por MERZ ESPINOZA, 2006) indica que, la compraventa de bienes y servicios en línea: *“(...) han propiciado también un nuevo concepto de consumidor que en el contexto de la sociedad de la información está representado por el usuario o destinatario del servicio, mismo que adquiere otra dimensión y supera por mucho el tradicional concepto que en el comercio ordinario o real se le ha dado.”*²⁹

²⁸ MARÍA LAURA DELALOYE, “La protección del consumidor internacional en América: rumbo a la CIDIP VII”, *Ámbito Jurídico*, n° 45, (2007), accesado el 12 de julio de 2016, http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2230

²⁹ ANA ISABEL MERZ ESPINOZA, *Aspectos jurídicos del comercio electrónico como comercio transnacional* (Madrid: UCM, 2006), 166.

Sin embargo, en la mayoría de instrumentos internacionales que se orientan a la regulación del comercio electrónico se proponen definiciones de carácter amplio y genérico del concepto de consumidor.

Así, por ejemplo, en la UE, la Directiva Europea sobre comercio electrónico, define consumidor como: “(...) *cualquier persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio o profesión*”³⁰, de forma similar en la Directiva sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, se define a este como: “(...) *toda persona física que, en los contratos regulados por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional*”³¹.

De igual forma, en la Directiva Europea sobre los Derechos de los consumidores se entiende por consumidor a: “(...) *toda persona física que, en contratos regulados por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresa, oficio o profesión* (...)”³²

³⁰ Artículo 2 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico), publicada en el Diario Oficial n.º L-178 del 17 julio del 2000.

³¹ Artículo 2 de la Directiva 93/13/CEE del Consejo de 05 de abril de 1993 sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

³² Artículo 2 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 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. Se indica además en el considerando 17 de dicha Directiva que: “*La definición de consumidor debe incluir a las personas físicas que actúan fuera de su actividad comercial, empresa, oficio o profesión. No obstante, en el caso de los contratos con doble finalidad, si el contrato se celebra con un objeto en parte relacionado y en parte no relacionado con la actividad comercial de la persona y el objeto comercial es tan limitado que no predomina en el contexto general del contrato, dicha persona deberá ser considerada como consumidor.*”

Como se puede observar, las Directivas de la UE mencionadas brindan una definición amplia de consumidor que pueda ser aceptada y adaptada de forma sencilla en múltiples países, y de esta forma prevenir cualquier discusión normativa entorno a lo que debe de considerarse por consumidor.

En cuanto a la legislación española, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, establece en su anexo de definiciones que consumidor es: “(...) *persona física o jurídica en los términos establecidos en el artículo 1 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios*”.³³

Por su parte, en el ordenamiento jurídico costarricense no se cuenta con una ley especial en materia de comercio electrónico, ni con una legislación actualizada en materia de derecho del consumidor, por lo que la definición que se encuentra en la LPCDEC se pensó para otro contexto de intercambio comercial.

Ahora bien, algunos Estados, y organizaciones internacionales han procurado crear un sistema mínimo de garantías para este tipo de consumidores, lo anterior a través de diversos instrumentos, como Directivas, Reglamentos, Lineamientos, Directrices, Leyes, asimismo los comerciantes han desarrollado Códigos de Conducta, Manuales de Buenas Prácticas, pues tal y como se ha venido apuntando: “*Se hace entonces indispensable para la sociedad actual, la*

³³ La Ley a la que se hace referencia en dicho anexo de definiciones fue derogada por 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, por lo que el concepto de consumidor al que se debe de acudir es al indicado en esta última, mismo al que se ya hizo referencia en el apartado anterior.

*regulación efectiva de una de las prácticas más importantes del presente: el consumo y dentro de este el consumo ciberespacial.*³⁴

Es por ello, que a continuación se expondrá el estado actual de la regulación emanada de la UE, España y Costa Rica.

3. Regulación sobre el derecho del consumidor

A. Regulación europea

La regulación europea que se analizará proviene de la asociación política y económica de 28 países conocida como UE, la cual se crea inicialmente en 1958 bajo el nombre de Comunidad Económica Europea (CEE), posteriormente en 1993 pasa a denominarse UE, producto de una unión cuyos intereses no son solo económicos, sino que también ambientales, en salud, seguridad, justicia, entre otros.³⁵

Se compone actualmente de varias instituciones dentro de las que resaltan el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo, el Consejo de la UE, la Comisión Europea, el Tribunal de Justicia de la UE (TJUE), el Banco Central Europeo (BCE), el Tribunal de Cuentas Europeo (TCE), el Comité Económico y Social Europeo (CESE), entre otros.

Así por ejemplo, el Comité Económico y Social Europeo (CESE) es el órgano consultivo que representa a las organizaciones de trabajadores,

³⁴ ANDRÉS MONTEJO, "El consumo virtual", *Revista Judicial* n° XCI, accesado el 03 de junio de 2017, <https://www.poder-judicial.go.cr/escuelajudicial/biblioteca-virtual>

³⁵ "Información básica sobre la Unión europea: ¿Qué es la UE?", Unión Europea, accesado el 12 de enero de 2017, https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es

empresarios y otros grupos de interés como los consumidores, permitiendo que estos emitan una opinión formal sobre las propuestas legislativas de la UE.³⁶

En cuanto a la legislación y política que se aplica en la UE, esta es emitida por el Parlamento Europeo, el Consejo de la UE, y la Comisión Europea, mediante lo que se denomina un procedimiento legislativo ordinario.

Ahora bien, relativo a la materia de derecho del consumidor, el primer reconocimiento del estatus de consumidor se dio en la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa donde se aprobó mediante resolución 543/73 del año 1973 la Carta Europea de protección de los consumidores.³⁷

Asimismo, por medio de la Resolución del Consejo del 14 de abril de 1975, se aprueba el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea para una Política de protección e información de los consumidores, abordando el tema como una competencia compartida con los Estados miembros³⁸, y se agrupan los intereses de los consumidores en cinco categorías de Derechos Fundamentales: a) derecho a la protección de su salud y de su seguridad; b) derecho a la protección de sus intereses económicos; c) derecho a la reparación de los daños, d) derecho a la información y a la educación, y e) derecho a la representación (derecho a ser escuchado).

³⁶ “Información básica sobre la Unión europea: ¿Qué es la UE?”, Unión Europea, accesado el 12 de enero de 2017, https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es

³⁷ HENRY SOSA OLÁN, “El concepto de consumidor en el ordenamiento jurídico europeo y español”, *Ars Boni et aequi* n° 12-2 (2016): 167-201, accesado el 12 de julio de 2016, <https://app.vlex.com/#WW/sources/14383/issues/358737>

³⁸ SAN EPIFANIO, LEIRE ESCAJEDO, “La base jurídico-constitucional de la protección de los consumidores en la Unión Europea”, *Revista de Derecho Político* 70 (2007): 225.

Posteriormente con el Acta Única Europea firmada 17 de febrero de 1986, así como con el Tratado de Maastricht firmado el 7 de febrero de 1992 y el de Ámsterdam firmado el 02 de noviembre de 1997 se plasmaron de forma clara las bases para la política de protección al consumidor.³⁹

Así la cosas, la UE ha establecido criterios para el desarrollo de este tipo de regulación, la cual debe fundamentarse en cuatro principios básicos, a saber: 1) No regular por regular; 2) Cualquier reglamentación debe basarse en todas las libertades del mercado único; 3) Toda reglamentación ha de tener en cuenta las realidades comerciales; y 4) Toda reglamentación debe satisfacer objetivos de interés general de manera efectiva y eficaz.⁴⁰

En la actualidad la UE implementa una nueva política de consumidores que pretende proteger los derechos de estos, para ello se potencia el uso de los mecanismos de resolución alternativa de conflictos -en adelante RAC- con los comerciantes, los centros europeos de los consumidores y la disponibilidad de información clara sobre compras en línea, entre otros.

En vista de lo anterior se justifica el estudio de la normativa europea de protección al consumidor en el presente trabajo de investigación, siendo esta organización la que, como se verá, cuenta con regulación de avanzada que aspira a la protección del consumidor en todos los ámbitos, y que veremos de seguido.

³⁹ SAN EPIFANIO, LEIRE ESCAJEDO, "La base jurídico-constitucional de la protección de los consumidores en la Unión Europea", *Revista de Derecho Político* 70 (2007): 232.

⁴⁰ "Iniciativa europea de comercio electrónico", Comisión de las Comunidades Europeas, accesado el 12 de enero de 2017, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51997DC0157&from=ES>

a. Artículos 114 y 169 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea

El TFUE (2012/C 326/01), versión consolidada, publicada el 26 del octubre de 2012, tiene como objeto regular el funcionamiento de la Unión así como determinar los ámbitos, la delimitación y las condiciones de ejercicio de sus competencias.⁴¹

En virtud de lo anterior es que se establece como parte del ejercicio de sus competencias la adopción de medidas destinadas a establecer el mercado interior o a garantizar su funcionamiento, mediante un espacio sin fronteras interiores, con libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales.⁴²

Asimismo, el artículo 114 establece que, el marco general para la aproximación de las legislaciones en materia de salud, seguridad, protección del medio ambiente y protección de los consumidores, debe de tener como base un nivel de protección elevado.

Como parte de las aspiraciones para alcanzar un nivel de protección elevado de los consumidores se desarrolla en el Título XV del TFUE, compuesto por un único artículo, lo relativo a la protección del consumidor, específicamente es el numeral 169 que establece: *“1. Para promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección, la Unión contribuirá a proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores,*

⁴¹ Artículo 1 de la versión consolidada del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, publicada en el Diario Oficial C 326 del 26 octubre de 2012: 1-0390.

⁴² *Ibid.*, artículo 26.

así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses. (...)”

Es importante resaltar que las medidas adoptadas por la UE son, en su mayoría, mínimos de protección en supuestos en los que el consumidor se encuentre en clara desventaja, invitando a los Estados miembros para que adopten niveles de protección más elevados.

b. Diversas medidas europeas de protección de los consumidores

En materia de protección del consumidor no existe una regulación de carácter general, por lo contrario, se hallan gran cantidad de medidas dispersas en variedad de directivas, en su mayoría relacionadas con el derecho contractual, de tal forma que: *“Aproximadamente 80% del Derecho contractual de la UE se refiere al campo de protección al consumidor. Combina los tres principios de información al consumidor, protección al consumidor y organización de los consumidores. El concepto de información y protección (habiendo ganado este último importancia en legislación reciente) están conectados por las directivas contractuales (...).⁴³*

Así por ejemplo, en materia de protección al consumidor se puede hacer referencia a gran cantidad de directivas: directiva 90/314/CEE sobre viajes combinados, directiva 92/59 sobre seguridad general de los productos, directiva 93/13 sobre cláusulas abusivas en la contratación, directiva 94/47/CE sobre adquisición de inmuebles en régimen de tiempo compartido, directiva 97/7/CE sobre contratos a distancia, directiva 98/27/CE de acciones de cesación, directiva

⁴³ HANNES ROSLE, “Fundamentos del Derecho del consumidor en la Unión Europea”, *Ius et veritas* n° 44, (2011): 184-198, accesado el 12 de julio de 2016, <https://app.vlex.com/#WW/vid/585671210>

1999/44/CE sobre venta y garantía de los bienes de consumo, directiva 2002/65/CE relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores y directiva 2000/31/CE sobre el comercio electrónico.

La existencia de estas directivas viene a ser una garantía para los consumidores quienes tendrán un nivel de protección mínimo en toda la UE, sin embargo la aplicación de la normativa queda sujeta a la adopción que realicen los Estados a través de una ley, pues las mismas no son de aplicación inmediata, al respecto se dice que: *“Esta disparidad de transposiciones va a provocar la quiebra del principio de uniformidad en la aplicación del Derecho Comunitario; sobre todo si se tiene en cuenta que la mayoría de las Directivas Comunitarias en materia de consumidores son normas que se aplican porque el contrato presenta un vínculo estrecho con el territorio del Espacio Económico Europeo, sin precisar claramente qué debe entenderse por tal vinculación o en qué casos no quedaría justificada la aplicación de la normativa comunitaria.”*⁴⁴

Además, con el objetivo de brindar apoyo a los consumidores en la defensa de sus derechos e intereses, existe el Centro Europeo del Consumidor, cuya función es brindar información y asistencia en la compra de un bien o contratación de un servicio, asesoría que se brinda únicamente a ciudadanos de la UE.⁴⁵

⁴⁴ ESPERANZA CASTELLANOS, “Aspectos de Derecho Internacional Privado en el Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios (Real Decreto Legislativo 1/2007): Nuevos modelos de análisis”, *Revista crítica de Derecho Inmobiliario* n° 722, (2010): 2723-2772, accesado el 12 de julio de 2016, <http://app.vlex.com/#WW/sources/1419>

⁴⁵ Dentro de las funciones del Centro se encuentran: *“Asesorar a los consumidores sobre sus derechos en materia de consumo. Intervenir como mediadores en Las quejas y reclamaciones trasfronterizas. Informar y*

Adicionalmente, el 15 de febrero de 2016 se puso en funcionamiento la plataforma ODR (Resolución de disputas en línea) para la resolución de conflictos en línea, la cual: *“(...) ofrece una ventanilla única que permite a los consumidores y comerciantes de la UE resolver sus litigios en el caso tanto de las compras nacionales como de las transfronterizas.”*⁴⁶

Sobre esta plataforma, su implementación y funcionamiento, se ampliará en el capítulo tercero del presente trabajo de investigación, ello como una de las herramientas RAC en línea disponibles en la UE.

Como se observa, la UE se ha preocupado por establecer una política de protección al consumidor que brinde seguridad a este, lo anterior en el marco de un mercado común de intercambio de bienes y servicios.

B. Regulación española

En el caso español, la defensa del consumidor encuentra asidero en la Constitución Política de 1978 -en adelante CPE-, específicamente en el artículo 51, que se halla dentro del capítulo tercero que regula los principios rectores de la política social y económica, el cual indica que: *“Artículo 51. 1. 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. 2. Los poderes públicos promoverán la información y*

divulgar de la política comunitaria en materia de consumo y de defensa del consumidor.”, “Quiénes somos: Funciones”, Centro Europeo del Consumidor en España, accesado el 12 de enero de 2017, http://www.cec.consumo-inc.es/secciones.php?id_sec=1&id_subsec=2

⁴⁶ “Plataforma ODR”, Centro Europeo del Consumidor en España, accesado el 12 de enero de 2017, http://www.cec.consumo-inc.es/secciones.php?id_sec=10&id_subsec

la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a estas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca. 3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.”

Al respecto se debe mencionar que la ubicación formal del artículo 51 en la CPE ha sido objeto de discusión en la doctrina española, así por ejemplo, en opinión de DÍEZ-PICAZO (citado por VEGA MERE, 2000): “(...) *la circunstancia de que el art. 51 de la Constitución española, que ordena a los poderes públicos asegurar la defensa de los consumidores y usuarios protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos, no se encuentre situado dentro del capítulo que tal Constitución dedica a los derechos fundamentales, permite concluir que es erróneo considerar que existe un derecho constitucional a la protección de los consumidores.*”⁴⁷

Una de las implicaciones de no considerar el derecho del consumidor como un derecho fundamental, es que no puede ser garantizado utilizando la vía del recurso de amparo, ya que este solo tutela los derechos y libertades reconocidos en el artículo 14 y la Sección Primera del capítulo segundo, así como a la objeción de conciencia reconocida en el artículo 30 de la CPE.

⁴⁷ YURI VEGA MERE, “El derecho del consumidor y la contratación contemporánea. Consideraciones preliminares a favor de la construcción dogmática de los contratos”, *Contratación contemporánea: contratación electrónica y tutela del consumidor* v2, (2000): 515-638, accesado el 12 de julio de 2016, <https://app.vlex.com/#WW/vid/365587014>

a. 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

Este cuerpo normativo tiene como objetivo -tal y como se indica en su exposición de motivos- la protección de los consumidores y usuarios mediante la regularización, aclaración y armonización de los textos legales existentes, así como la incorporación de las disposiciones comunitarias dictadas en materia de protección de dichos sujetos.

i. Ámbito de aplicación.

El ámbito de aplicación es definido en el artículo 2 del TRLGDCU donde se señala que dicho cuerpo normativo es de aplicación a las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios. Al incorporar el término de usuario se tiene como objetivo adecuar la legislación española con la de la UE, siempre teniendo presente que en el derecho español el término consumidor puede referirse tanto a una persona física como a una moral.

A efectos de determinar a cuáles sujetos les aplica el TRLGDCU, se establece en los artículos 4⁴⁸, 5⁴⁹, 6⁵⁰ y 7⁵¹ los conceptos generales de empresario, productor, producto, y proveedor.

⁴⁸ **“Artículo 4.** Concepto de empresario. A efectos de lo dispuesto en esta norma, se considera empresario a 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.”

⁴⁹ **“Artículo 5.** Concepto de productor. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 138, a efectos de lo dispuesto en esta norma se considera productor al fabricante del bien o al prestador del servicio o su intermediario, o al importador del bien o servicio en el territorio de la Unión Europea, así como a cualquier

Es en el artículo 8 donde se regula lo relativo a los derechos básicos de los consumidores y usuarios en España, al respecto se establecen los siguientes:

1. La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.
2. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
3. La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.
4. 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.
5. La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.

persona que se presente como tal al indicar en el bien, ya sea en el envase, el envoltorio o cualquier otro elemento de protección o presentación, o servicio su nombre, marca u otro signo distintivo.”

⁵⁰ **“Artículo 6.** Concepto de producto. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 136, a los efectos de esta norma, es producto todo bien mueble conforme a lo previsto en el artículo 335 del Código Civil.”. El artículo 335 del Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil, literalmente señala: **“Artículo 335.** Se reputan bienes muebles los susceptibles de apropiación no comprendidos en el capítulo anterior, y en general todos los que se pueden transportar de un punto a otro sin menoscabo de la cosa inmueble a que estuvieren unidos.”

⁵¹ **“Artículo 7.** Concepto de proveedor. A efectos de esta norma es proveedor el empresario que suministra o distribuye productos en el mercado, cualquiera que sea el título o contrato en virtud del cual realice dicha distribución.”

6. La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

El artículo 21 regula el régimen de comprobación y servicio al cliente, sobre este último aspecto se establece que los servicios de información y atención al cliente deben asegurarse que los consumidores y usuarios tengan constancia de las quejas y reclamaciones presentadas por estos, las cuales deberán resolverse en el plazo de un mes máximo. En caso de existir una solución satisfactoria los empresarios adheridos a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos facilitarán al consumidor y usuario el acceso al mismo.

ii. Sistema Arbitral de Consumo

Es en el capítulo II del Título V denominado *“Procedimientos judiciales y extrajudiciales de protección de los consumidores y usuarios”*, donde se crea el Sistema Arbitral de Consumo –en adelante SAC- el cual: *“(…) es el sistema extrajudicial de resolución de resolución (sic) 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 de los consumidores y usuarios, siempre que el conflicto no verse sobre intoxicación, lesión o muerte o existan indicios racionales de delito.”*⁵²

La organización, gestión y administración del SAC y el procedimiento de resolución de conflictos se regula mediante el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero de 2008, incluyendo el arbitraje electrónico, lo anterior por así disponerlo el

⁵² Artículo 57 del TRLGDCU.

inciso 2) del artículo 57 del TRLGDCU, el cual será objeto de análisis más adelante.⁵³

C. Regulación costarricense

En el caso costarricense, el desarrollo normativo encuentra fundamento constitucional pues el artículo 46 de la Constitución Política de 1949 establece el derecho del consumidor como un derecho fundamental, lo anterior luego de la reforma introducida por medio de la Ley 7607 de 29 de mayo de 1996, y a diferencia de España en donde –como se vio inicialmente- el derecho del consumidor no es reconocido como un derecho fundamental.

En el ámbito legal, los derechos de los consumidores y usuarios estuvieron en principio regulados en la Ley de Protección del Consumidor, Ley 5665 del 28 de febrero de 1975, la cual fue derogada por la LPCDEC, y que se procede a analizar.

a. Ley 7472, Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor y su Reglamento Decreto Ejecutivo 37899-MEIC

Este cuerpo normativo tiene como objetivo el proteger los derechos e intereses legítimos del consumidor, así como la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, lo anterior mediante la prevención, la

⁵³ El TRLGDCU viene a establecer únicamente algunos aspectos básicos sobre este sistema, a saber: 1. La composición de los órganos arbitrales, que deberán estar integrados por representantes de los sectores empresariales, de las organizaciones de consumidores y usuarios y de las Administraciones públicas. 2. Que no serán vinculantes para los consumidores los convenios arbitrales suscritos con un empresario antes de surgir el conflicto. 3. La sumisión de las partes al Sistema Arbitral de Consumo es voluntaria y debe de constar por escrito, o en cualquier otra forma legalmente admitida que permita tener constancia del acuerdo. 4. No tienen efecto los convenios arbitrales y las ofertas públicas de adhesión al arbitraje de consumo formalizados por quienes sean declarados en concurso de acreedores.

prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones innecesarias para las actividades económicas.⁵⁴

Para BULGARELLI GONZÁLEZ la LPCDEC: *“(...) fue producto de la firme convicción de armonizar las demandas de apertura comercial con la correlativa necesidad de proteger al consumidor y dejar de lado la absoluta inspección de precios para pasar a una intensiva educación, protección y promoción de autodefensa del consumidor.”*⁵⁵

Es así como la LPCDEC se estructura en VII capítulos, el capítulo I establece las disposiciones generales, el capítulo II trata lo relacionado a la desregulación, el capítulo III lo relativo a la promoción de la competencia, en el capítulo IV se encuentran las disposiciones relacionadas con la Comisión de Mejora Regulatoria y la Comisión para Promover la Competencia, en el capítulo V lo relativo a la defensa efectiva del consumidor, en el capítulo VI las disposiciones sobre la Comisión Nacional del Consumidor –en adelante CNC- y en el capítulo VII las disposiciones finales.

Es específicamente en el capítulo V donde se encuentra el marco normativo primario que regula la defensa efectiva del consumidor en Costa Rica y cuyo acatamiento por parte de los productores y consumidores es de carácter obligatorio.

⁵⁴ Artículo 1 de la LPCDEC.

⁵⁵ FIORELLA BULGARELLI GONZÁLEZ, “Costa Rica y la Tutela de los Derechos al Consumidor”, *Revista Judicial de la Corte Suprema de Costa Rica*, n° LXV, San José (1997): 50-51.

En ese sentido es en el artículo 32 de la LPCDEC que se presentan una lista de derechos calificados como fundamentales e irrenunciables, sin perjuicio de otros establecidos en tratados, convenciones internacionales, legislación interna ordinaria, reglamentos, principios generales de derecho, usos y costumbres.

A diferencia de su antecesora, la LPCDEC desarrolla los derechos básicos del consumidor, así como un régimen de responsabilidad objetiva y sanciones para su protección, al respecto, se consagran los siguientes derechos:

1. La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, su seguridad y el medio ambiente.
2. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
3. El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio.
4. La educación y la divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios, que aseguren la libertad de escogencia y la igualdad en la contratación.
5. La protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección.
6. Mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a prevenir

adecuadamente, sancionar y reparar con prontitud la lesión de estos, según corresponda.

7. Recibir el apoyo del Estado para formar grupos y organizaciones de consumidores y la oportunidad de que sus opiniones sean escuchadas en los procesos de decisión que les afecten.

Adicionalmente, se regula en el artículo 43 el derecho de garantía sobre los bienes o servicios adquiridos, los cuales, deben contar con estándares de calidad y requerimientos técnicos establecidos al efecto.

Los derechos mencionados anteriormente se desarrollan a su vez en el Decreto Ejecutivo 37899-MEIC, que es el Reglamento a la LPCDEC, artículos 87 y 88, este último viene a ser una transcripción del artículo 32 de la LPCDEC, también en este Decreto se desarrolla el derecho de garantía, específicamente en los artículos 103 a 111.

CAPÍTULO II. LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Se estudian en el presente capítulo los aspectos generales del comercio electrónico, nacimiento, conceptualización general, diferencias con el comercio tradicional, clasificación y principios que rigen esta materia.

En cuanto a la contratación electrónica, en primero orden se define qué se entiende por contrato electrónico, así como algunos de los elementos que lo diferencian de otro tipo de contratos, para ello se abordan aspectos como la declaración de voluntad por medios electrónicos, el acuse de recibo y la perfección del contrato electrónico. Además, se estudia la masificación de los contratos electrónicos a través de los contratos de adhesión, y la inclusión de cláusulas abusivas en estos.

También, se mencionan los principales problemas en la contratación electrónica, como lo son el retraso excesivo en la entrega del bien o servicio, la pérdida en la entrega del bien o servicio, el desistimiento del consumidor, la interposición de reclamos y la privacidad de la información.

Finalmente, se aborda la regulación de la contratación electrónica, a nivel del Derecho de la UE se estudia la Directiva sobre comercio electrónico, en lo que respecta a España se analiza la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, para por último estudiar la regulación existente en Costa Rica.

1. Aspectos generales del comercio electrónico

Como primer aspecto general se debe indicar que el comercio electrónico es producto de un fenómeno de larga data pues, contrario a lo que podría pensarse, es desde la década de los años sesentas del siglo pasado donde surge el primer gran ejemplo de comercio electrónico, con el denominado Intercambio Electrónico de Datos (EDI).⁵⁶

Ahora bien, es con la aparición de la denominada “red de redes”, y con el crecimiento en el uso de los medios tecnológicos por parte de empresarios y consumidores para realizar transacciones comerciales, que se genera una expansión global, es decir, el comercio ha sido potenciado por la utilización de las nuevas herramientas que nos ofrece la tecnología.

Producto de ese crecimiento exponencial del intercambio comercial es que algunas entidades como la Organización Mundial del Comercio -en adelante OMC- la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico -en adelante OCDE- y la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional -en adelante CNUDMI- se han interesado en el estudio de este fenómeno comercial.

Así por ejemplo, el 25 de septiembre de 1998 el Consejo General de la OMC adoptó el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico donde, entre

⁵⁶ Específicamente es en el año 1968 que se crea el primer conjunto de normas de EDI, conocidas como TDCC (Transport Data Coordinating Committee), por parte de diversas empresas de transporte estadounidenses. En vista de la utilidad que estas normas tuvieron, la American National Standards Institute desarrolló un estándar en la transmisión de los documentos mercantiles conocida con el nombre de ANSI X12. “Introducción al intercambio electrónico de datos”, Facultad de Derecho Universidad de Murcia, accesado el 14 de enero de 2015, <http://www.um.es/docencia/barzana/IAGP/IAGP2-Intercambio-electronico-datos-EDI.html>

otras cosas, se definió que el comercio electrónico es: “(...) *la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones.*”⁵⁷

Tal y como se observa de la cita anterior, la definición de comercio electrónico es bastante amplia, se puede entender como cualquier forma de transacción comercial en la cual las partes involucradas interactúan por medios electrónicos, en lugar de hacerlo de forma tradicional con intercambios físicos, o directo.⁵⁸

Una forma de tener mayor comprensión sobre qué es el comercio electrónico, consiste en realizar una comparación entre este tipo de comercio y el tradicional, así por ejemplo se observa en el siguiente cuadro:⁵⁹

Comercio por medios electrónicos	Comercio por medios tradicionales
Es un factor de competitividad ya utilizado por los países desarrollados. El proveedor primario y el consumidor final se beneficiarán. Transacciones a través de documentos electrónicos.	Transacciones a través de documentos en papel.

⁵⁷ “Comercio Electrónico”, Organización Mundial del Comercio, accesado el 09 de enero de 2015, http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm. De forma más amplia se podría definir el comercio electrónico como: “(...) *tratamiento y transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y video. El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, como comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, transferencia electrónica de fondos, compraventa electrónica de acciones, conocimiento de embarque electrónicos, subastas diseños y proyectos conjuntos, prestación de servicio en línea de contenidos (online-sourcing), contratación pública, comercialización directa al consumidor y servicios posventa. Por otra parte, abarca a la vez productos (bienes de consumo, equipo médico especializado) y servicios (servicios de información, financieros y jurídicos), actividades tradicionales (asistencia sanitaria, educación) y nuevas actividades virtuales (centros comerciales virtuales)*”, KABA IBRAHIM, “Elementos básicos de comercio electrónico”, La Habana: Editorial Universitaria, accesado el 15 de julio de 2017, ProQuest ebrary.

⁵⁸ “Seminario de Integración. Comercio Electrónico”, Universidad de Buenos Aires, accesado el 02 de febrero de 2015, <http://www.econ.uba.ar/www/seminario/g286/Comercio%20Electr%C3%B3nico.doc>

⁵⁹ *Ibid.*

Rompe todos los paradigmas.	Confianza en los canales físicos de transmisión de documentos (correo, entregas certificadas).
Mayor eficiencia logística porque reduce la cadena comercial.	Trámites que se traducen en pérdida de tiempo.
Desintermediación.	Participación de múltiples intermediarios que incrementan la cadena logística.
Exige un nuevo marco legal.	Marco legal apropiado para el uso de documentos físicos.
Mercado mundial abierto.	Círculos cerrados, a menudo específicos de un sector.
Número ilimitado de participantes.	Número limitado de participantes.
Participantes conocidos y desconocidos.	Participantes conocidos.
Redes abiertas no protegidas.	Redes cerradas y propias.
Se hace necesaria la existencia de seguridad y autenticación.	La seguridad es parte de la red.

Asimismo, el comercio electrónico es clasificado en dos modalidades, el directo y el indirecto, se entiende por comercio electrónico directo: *“(...) aquel mediante el cual el pedido, el pago y el envío de los bienes intangibles y/o servicios se producen “on-line”, como por ejemplo, la adquisición de programas informáticos. Permite transacciones electrónicas de extremo a extremo, sin obstáculos, a través de las fronteras geográficas; aprovechando todo el potencial de los mercados electrónicos mundiales.”*⁶⁰

⁶⁰ “Seminario de Integración. Comercio Electrónico”, Universidad de Buenos Aires, accesado el 14 de enero de 2015, <http://www.econ.uba.ar/www/seminario/g286/Comercio%20Electr%C3%B3nico.doc>

Por otra parte, se entiende por comercio electrónico indirecto aquel que: *“(...) consiste en adquirir bienes tangibles que necesitan luego ser enviados físicamente. Para esto se utilizan los canales tradicionales de distribución, como el envío postal y servicios de mensajería, entre otros.”*⁶¹

Además, se han establecido una serie de categorías de comercio electrónico de acuerdo con los sujetos que son parte en la relación comercial, dentro de las cuales se destacan la B2B (Business to Business), B2A (Business to Administration), C2C (Consumer to Consumer) y la B2C (Business to Consumer).⁶²

Lo expuesto hasta aquí evidencia cómo el comercio electrónico: *“(...) ha evolucionado de ser el simple catálogo de productos o servicios, construido a partir de una página estática, con poco mantenimiento, a convertirse en un medio de primer orden en la venta de productos y servicios (...)*⁶³

Aspecto de suma relevancia es conocer los principios que rigen el comercio electrónico, los cuales son cinco: a) equivalencia funcional, b) inalterabilidad del

⁶¹ Se definen de la siguiente forma: B2B (Business to Business): las negociaciones que las empresas hacen entre sí para su desarrollo operacional, compra o venta de insumos. Implica que las compañías cambiarán sus estructuras de costos y la manera de operar. Ya no requerirán grandes departamentos de compras ni tendrán que destinar recursos importantes para papelería y trámites: las transacciones se realizarán en línea y con bajos costos. B2A (Business to Administration): se refiere a las operaciones realizadas entre las compañías y las distintas organizaciones gubernamentales. C2C (Consumer to Consumer): subastas en las que usuarios particulares venden productos. B2C (Business to Consumer): el comercio empresa-consumidor, es el término utilizado para definir las relaciones comerciales y transacciones en internet entre empresas y usuarios particulares de un producto o servicio. “Seminario de Integración. Comercio Electrónico”, Universidad de Buenos Aires, accesado el 14 de enero de 2015, <http://www.econ.uba.ar/www/seminario/g286/Comercio%20Electr%C3%B3nico.doc>

⁶² *Ibid.*

⁶³ ELOY SEOANE BALADO, “La nueva era del comercio: el comercio electrónico: las TIC al servicio de la gestión empresarial”, Ideaspropias Editorial (2005): 12, accesado el 28 de junio de 2017, https://books.google.co.cr/books?id=evLz521ZVmAC&dq=problemas+del+comercio+electronico+retraso+en+la+entrega&source=gbs_navlinks_s

derecho preexistente, c) neutralidad tecnológica, d) buena fe, y e) la autonomía de la voluntad.

El primer principio es el de equivalencia funcional, el cual de acuerdo a ILLESCAS ORTIZ (citado por BERNAL SALAMANCA, 2012) se define como: *“(...) la función jurídica que en toda sus extensión cumple la instrumentación escrita y autógrafa –o eventualmente su expresión oral- respecto de cualquier acto jurídico, la cumple igualmente su instrumentación electrónica a través de un mensaje de datos con independencia del contenido, dimensión como alcance y finalidad del acto instrumentado. La equivalencia funcional, en suma implica aplicar a los mensajes de datos electrónicos una pauta de no discriminación respecto de las declaraciones de voluntad o ciencia manual, o gestualmente efectuadas por el mismo sujeto.”*⁶⁴

El segundo de ellos es el principio de inalterabilidad del derecho preexistente, el cual según TORRES TORRES (citada por BERNAL SALAMANCA, 2012) es aquel que: *“(...) pretende que las reglas introducidas para disciplinar el comercio electrónico no impliquen una modificación sustancial del derecho existente de obligaciones y contratos nacionales e internacionales, en el momento en que la articulación jurídica de la electrónica como instrumento de transacciones comerciales tiene lugar.”*⁶⁵

⁶⁴ GIOVANNI ANDRÉS BERNAL SALAMANCA, “El comercio electrónico ¿un escenario seguro para el consumidor?”, *Principia Iuris* n° 18, (2012): 373-386, accesado el 27 de agosto de 2017, http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WWW/search/content_type:4/problematicas+del+comercio%20+electr%C3%B3nico/p2/vid/631587388

⁶⁵ *Ibid.*

El tercer principio a mencionar es el de neutralidad tecnológica, el cual: “(...) establece que las normas jurídicas que regulen o modifiquen las instituciones jurídicas tradicionales, para dar cabida a sus homólogas electrónicas o telemáticas, deben ser neutrales desde un punto de vista tecnológico.”⁶⁶

En lo que respecta al cuarto principio se tiene el de buena fe, que es uno de los principios universales del derecho y: “(...) hace alusión a que las partes cuando van a celebrar un negocio jurídico tiene la obligación moral de cumplir con lo pactado y se presume que en todas las actuaciones de las partes va implícita la buena fe”⁶⁷

Finalmente, el quinto principio, el de la autonomía de la voluntad, que junto con el anterior resultan ser una expresión de la inalterabilidad del derecho preexistente, implica que la libertad de las partes para celebrar un contrato y determinar su contenido no se ve excluida por ejercitarla en un contexto electrónico.⁶⁸

Una vez realizado un breve acercamiento al concepto de comercio electrónico, su modalidad, la clasificación según los sujetos que intervienen, así como los principios que lo informan, se procederá a continuación con el estudio de la contratación electrónica, la cual encuentra vinculación con el comercio electrónico.

⁶⁶ ANTONIO BERNING PRIETO, “Derecho de la contratación electrónica”, *Noticias Jurídicas*, accesado el 28 de junio de 2017, <http://noticias.juridicas.com/conocimiento/articulos-doctrinales/4382-derecho-de-la-contratacion-electronica/>

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ RAFAEL ILLESCAS ORTIZ, *Derecho de la Contratación Electrónica* (Madrid: Civitas Ediciones, 1era edición, 2001), 56-57.

2. La contratación electrónica

Con el fin de realizar un primer acercamiento al tema de la contratación se hace necesario definir qué se entiende por contrato, al respecto BAUDRIT CARRILLO lo define como: *“(...) el acuerdo de sujetos de derecho que manifiestan su voluntad para dar nacimiento, modificar o extinguir una relación jurídica de naturaleza patrimonial.”*⁶⁹

Ahora bien, para efectos de la presente investigación se abordará la materia contractual desde el contexto electrónico, siendo que el contrato electrónico adquiere una serie de características que lo particularizan frente al contrato tradicional, es necesario analizarlo como un instrumento que se ha adaptado a la compra y venta de bienes y servicios por medios electrónicos.

Como principales aspectos que caracterizan al contrato electrónico es que este se realiza a través de un sistema electrónico y sin la presencia física de los sujetos contratantes, por lo cual este se ha catalogado como un contrato a distancia.

En virtud de lo anterior, se han desarrollado desde la doctrina algunos de los elementos contractuales que lo caracterizan, como lo son la declaración de voluntad emitida electrónicamente, el acuse de recibo y la confirmación, así como el momento y lugar de perfección del contrato.

En ese sentido se ha afirmado que: *“(...) el comercio electrónico plantea problemas tales como el perfeccionamiento del contrato, vale decir, la*

⁶⁹ DIEGO BAUDRIT CARRILLO, *Teoría General del Contrato* (San José: Juricentro, 2008), 11.

determinación del momento en que se logra una oferta y su aceptación en el entorno virtual; sus formalidades contractuales y probatorias, el grado de seguridad, durabilidad e integridad respecto del contenido.(...)⁷⁰

A. La declaración de voluntad por medios electrónicos

Siendo que en el comercio tradicional la declaración de voluntad para mostrar la intención de contratar se manifiesta verbalmente o por escrito, se analiza en doctrina cuál es la forma jurídicamente válida de emitir una declaración de voluntad por medios electrónicos.

Al respecto, es importante indicar que la declaración de voluntad emitida electrónicamente, no es sino un mensaje de datos que contiene la voluntad de comprometerse de su iniciador y signatario en el caso concreto.⁷¹

En ese sentido es importante afirmar que, de conformidad con los principios que rigen el comercio electrónico, la manifestación de voluntad por medios electrónicos tiene los mismos efectos jurídicos que el de una declaración de voluntad emitida de forma escrita o verbal.

Ahora bien, en la comercialización de bienes y servicios en línea se acude generalmente a figuras de aceptación contractual muy simplificadas, uno de los más usuales es el de “*aceptar términos y condiciones*”, mediante el cual bastaría solamente un “*click*” para indicar estar de acuerdo con las condiciones impuestas

⁷⁰ SARA FELDSTEIN Y LUCIANA SCOTTI, “Internet, comercio electrónico y derecho a la intimidad: un avance de los tribunales argentinos”, *Contratación electrónica internacional* (2008): 49-65, accesado el 28 de junio de 2017, http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search*/Internet%2C+comercio+electr%C3%B3nico+y+derecho+a+la+intimidad%3A+un+avance+de+los+tribunales+argentinos/WW/vid/399120938

⁷¹ RAFAEL ILLESCAS ORTIZ, *Derecho de la Contratación Electrónica* (Madrid: Civitas Ediciones, 1era edición, 2001), 215.

por el comerciante, ello como requisito previo para continuar o culminar la transacción.

Así las cosas, se ha recalcado la importancia de contar con sistemas electrónicos seguros que permitan una transmisión de la voluntad de las partes de forma fiable, para ello se utilizan diversos mecanismos, entre ellos la firma electrónica.

Sin embargo, primordialmente en lo que respecta al comercio electrónico de consumo, se recurre a la verificación de la identidad mediante mecanismos más sencillos como lo son un usuario y una contraseña ligados, generalmente, a un correo electrónico, o al usuario de alguna red social.

B. El acuse de recibo y la confirmación

El acuse de recibo es uno de los aspectos más trascendentes en la contratación electrónica, pues es necesaria la certeza en la recepción de la manifestación de voluntad emitida a través del mensaje de datos, lo anterior con el fin de verificar satisfactoriamente que la comunicación se efectúa de forma exitosa.

Recibir el acuse de recibo por parte del remitente del mensaje de datos puede ser solicitado por éste al destinatario, sin embargo, en la mayoría de casos esto ocurre de forma automática, por parte del sistema receptor del mensaje, en caso de no ser así, y que el remitente del mensaje solicite el acuse de recibo, aplicará la regulación existente al efecto o lo que se acuerde por las partes en el contrato.

Así por ejemplo, en la Ley Modelo de la CNUDMI sobre el Comercio Electrónico, se regula en su numeral 14 lo relativo al acuse de recibo, indicándose que este se podrá otorgar mediante: “(...) a) *Toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o b) Todo acto del destinatario, que basten para indicar al iniciador que se ha recibido el mensaje de datos. (...)*”.

Por lo general, el acuse de recibo en materia de comercio electrónico de consumo se otorga a través de un correo electrónico provisto por el consumidor, o al ya asociado previamente a un usuario en concreto.

C. La perfección del contrato

Se ha indicado en términos generales que hay un contrato perfeccionado cuando entre las partes contratantes existe acuerdo en cosa y precio, al menos en lo que respecta a la contratación por medios tradicionales.

En el caso costarricense así lo establece el artículo 1049 del Código Civil, Ley 63 del 28 de septiembre de 1887, que literalmente reza: “*Artículo 1049.- La venta es perfecta entre las partes desde que convienen en cosa y precio.*”

Por su parte ILLESCAS ORTIZ menciona que, en lo atinente al contrato electrónico, este se perfecciona: “*(...) en el momento de surtir efecto la aceptación de la oferta. Así pues, la perfección contractual en un acuerdo de voluntades sobre objeto y causa; hasta que no exista tal acuerdo no hay contrato sino proceso de formación del mismo.*”⁷²

⁷² RAFAEL ILLESCAS ORTIZ, *Derecho de la Contratación Electrónica* (Civitas Ediciones: Madrid, 1era edición, 2001), 215.

D. Lugar de perfección del contrato

Siendo que el contrato electrónico se lleva a cabo entre sujetos que se encuentran físicamente ausentes surge la necesidad de identificar en qué lugar se perfecciona el mismo.

En este sentido FELDSTEIN DE CÁRDENAS señala que: *“(…) para una línea de pensamiento la conclusión del contrato se produce cuando la voluntad por parte del aceptante ha sido expresada, mientras que para otra cuando la aceptación ha sido puesta en conocimiento de la otra parte. Sí, estamos ante un tema bastante elaborado en el que aparecen las tradicionales teorías ideadas para solucionar el problema en materia de contratos celebrados entre ausentes, contratos a distancia, entre otras denominaciones. Dicho en otras palabras tratar de fijar el momento en que el contrato se perfecciona, lo cual permitirá establecer el lugar de su celebración.”*⁷³

3. La masificación de los contratos electrónicos

Siendo que la contratación electrónica viene a generar un crecimiento en el intercambio de bienes y servicios a escala global es necesaria la aplicación de figuras contractuales que permitan la automatización de las transacciones, en ese sentido se utilizan principalmente los denominados contratos de adhesión que se proceden a estudiar a continuación.

⁷³ SARA FELDSTEIN DE CÁRDENAS, “Internet y derecho aplicable”, Contratación electrónica internacional (2008): 156-166, accesado el 28 de junio de 2017, http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/*/Internet+y+derecho+aplicable/vid/399120966

A. Contratos de adhesión

Como se expuso anteriormente, la masificación en la venta de bienes y servicios hace necesario recurrir a contratos de adhesión. La LPCDEC, define el contrato de adhesión como aquel: *“Convenio cuyas condiciones generales han sido predispuestas, unilateralmente, por una de las partes y deben ser adheridas por su totalidad por la otra parte contratante.”*⁷⁴

Al respecto SOLANO DURÁN nos explica cual es la mecánica de este tipo de contratos, indicando que en los mismos: *“(…) una de las partes fija las cláusulas o condiciones iguales para todos, del contrato cuya celebración se propone, sin que quienes quieran participar en él tengan otra alternativa que aceptarlo o rechazarlo en su totalidad, es decir, deben adherirse o no a los términos del contrato preestablecido sin que le dé la posibilidad de discutir su contenido.”*⁷⁵

Tal y como se observa, en estos contratos participa por un lado un sujeto predisponente, quien es el que: *“(…) dispone, por anticipado y unilateralmente, las condiciones generales a las que la otra parte deberá prestar su adhesión total, si desea contratar”*⁷⁶, y por otro lado concurre el adherente quién es él: *“(…) sujeto del contrato de adhesión que debe de adherirse, en su totalidad, a las condiciones generales dispuestas unilateralmente por el predisponente.”*⁷⁷

⁷⁴ Artículo 2 de la LPCDEC.

⁷⁵ CAROL SOLANO DURÁN, “Análisis comparativo del abuso en la contratación de adhesión en latinoamérica”, *Revista Judicial*, Costa Rica, año XXIII, n° 77, marzo, 2001, 181.

⁷⁶ *Ibid.*

⁷⁷ *Ibid.*

Asimismo, es importante mencionar que a nivel doctrinal, algunos autores como ÁLVAREZ BLANCO señalan la existencia de tres posiciones en cuanto a la naturaleza jurídica del contrato de adhesión, a saber, la normativa o anticontractualista, la contractualista, y la intermedia.⁷⁸

Así las cosas, la tesis normativa plantea que debido a la imposibilidad de libre manifestación de la voluntad del adherente sobre las disposiciones contractuales, los contratos de adhesión no son verdaderos contratos, en cambio la tesis contractualista defiende la condición de este tipo de actos jurídicos como contratos, sostiene que el derecho objetivo requiere de la actuación particular del legislador que manifiesta el querer general de la nación, por otro lado para la tesis intermedia los contratos de adhesión son norma si los impone o aprueba el Estado, y contrato en aquellos casos en que las partes son entes privados.⁷⁹

Otro aspecto a considerar es la existencia de los denominados contratos tipo, que son una especie de contratos de adhesión: *“(...) cuyo contenido no es obra directa de ninguno de los contratantes, sino que es redactado por autoridades estatales o profesionales o agrupaciones gremiales.”*⁸⁰

Adicionalmente, respecto de los contratos de adhesión se encuentran pronunciamientos por parte de los Tribunales de Justicia, así por ejemplo el TRIBUNAL SEGUNDO CIVIL DE SAN JOSÉ indicó que estos: *“(...) son contratos predispuestos por una de las partes contratantes que, por su envergadura*

⁷⁸ MARIANELA ÁLVAREZ BLANCO, “Contratos de Adhesión y Cláusulas Abusivas”, accesado el 10 de junio de 2017, https://www.poder-judicial.go.cr/escuelajudicial/archivos/documentos/revs_juds/rev_jud_91/009-todo.htm

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ *Ibid.*

económica, goza de mayor poder de negociación frente a la otra. Pueden haberse predispuesto por una tercera persona (contratos standard) y se caracterizan porque la autonomía de la voluntad se encuentra disminuida. La parte débil en la contratación se limita a dar su “consentimiento” a cuanto estableció la otra, sin posibilidad de discutir el contenido. Ante esta nueva versión, el contrato deja de ser una regla de conducta, obra de los contratantes. Ejemplos de estos contratos de adhesión tenemos aquellos relativos a bienes y servicios de primera necesidad, imprescindibles para la vida (energía eléctrica, agua potable, etc.), también los relativos a bienes y servicios de alguna forma impuestos, por lo que se denomina calidad de vida o incluso, nivel de vida (vehículos, electrodomésticos, etc.).⁸¹

También, pero sobre el tema específico de las cláusulas generales en los contratos de adhesión, la SALA PRIMERA DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DE COSTA RICA ha señalado que: *“(...) las condiciones generales del seguro alegadas de indebidamente valoradas, constituyen cláusulas predispuestas, cuya incorporación al contrato de crédito, fueron impuestas unilateralmente (...) esto con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos (que lo permitan por su naturaleza y sus prestaciones).”⁸²*

Tal y como se observa, el consumidor puede llegar a encontrarse en condiciones de desventaja de frente al empresario, este último tiene inclusive la posibilidad de introducir dentro del contrato cláusulas abusivas, las cuales en tesis de principio solo pueden ser tomadas o dejadas por el consumidor, el cual no tiene

⁸¹ Tribunal Segundo Civil de San José, resolución 364 de las 11:30 horas del 09 de noviembre de 2014.

⁸² Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, resolución 561-2016 de las 14:35 horas del 09 de junio de 2016.

la posibilidad de negociar previamente, es por ello que a continuación se ahondará en esta problemática.

B. Cláusulas abusivas

Uno de los aspectos más negativos que se señalan a los contratos de adhesión es lo relativo a las cláusulas abusivas, en ese sentido se dice que: *"Este tipo de contratos, son generalmente válidos a excepción de que la parte fuerte de la relación abuse de sus derecho al estar en posición de supremacía e imponga estipulaciones abusivas a otro que representen un daño significativo para el adherente que las haya aceptado por necesidad."*⁸³

Como se observa, este tipo de cláusulas tienen como origen la posición dominante del empresario sobre el consumidor, es por ello que se requiere en este sentido la protección y defensa del consumidor, así, por ejemplo, en Costa Rica, el artículo 42 de la LPCDEC, regula lo relativo a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, donde se establece una lista taxativa de las cláusulas consideradas abusivas para los contratos de adhesión civil y mercantil.

Estas cláusulas abusivas se encuentran tanto en el comercio tradicional como en el comercio electrónico, en donde se reproducen de forma masiva para un sin número de consumidores que pueden encontrarse en cualquier parte del mundo.

⁸³ CAROL SOLANO DURÁN, "Análisis comparativo del abuso en la contratación de adhesión en América Latina", *Revista Judicial*, Costa Rica, año XXIII, n° 77, 2001, 182.

Así por ejemplo, en España se han realizado estudios para identificar cuáles de estas cláusulas se repiten con mayor frecuencia en los sitios de consumo en línea, en tal sentido se encontraron las siguientes:⁸⁴

- Imposición de recurrir a un tribunal concreto en caso de un litigio o controversia.
- En la aplicación de la garantía, remitir al fabricante y evadir su responsabilidad.
- Expresiones del estilo “*precio desde*”, “*el producto puede variar de tamaño, color, diseño, etc.*” o “*estas características son válidas salvo error tipográfico*”.
- Exigir que, cuando el cliente no esté conforme con el producto y desee devolverlo, lo haga con el paquete precintado y en las mismas condiciones en que lo recibió (salvo excepciones al derecho de desistimiento).

De acuerdo con los hallazgos realizados en este estudio, se puede identificar que las cláusulas de adhesión en los contratos de venta de bienes y servicios en línea lesionan derechos fundamentales de los consumidores, por ejemplo, el del derecho de acceso a la tutela judicial efectiva, remitiendo al consumidor a plantear el reclamo en una jurisdicción específica, es decir, obligándolo a renunciar a la posibilidad de plantear un eventual litigio en un tribunal distinto al indicado en la cláusula respectiva.

⁸⁴ “Comercio electrónico: abusos e incumplimientos”, Portal del consumidor de la Comunidad de Madrid, accesado el 20 de junio de 2017, <http://www.madrid.org/cs/Satellite?pagename=ComunidadMadrid/Home>

Tal y como se observa, dentro de una contratación electrónica pueden surgir inconvenientes o problemas que afectan al consumidor, en virtud de lo anterior se analizarán a continuación algunos de esos problemas, y varias de sus implicaciones jurídicas y prácticas.

4. Principales problemas en la contratación electrónica de consumo

Si bien es cierto la contratación electrónica brinda una serie de facilidades al consumidor, también lo es que se asumen riesgos, dentro de los cuales se pueden mencionar el retraso excesivo en la entrega, la pérdida en la entrega del objeto, el recibir un producto estropeado, problemas con el medio de pago utilizado, dificultades en la devolución del bien y la protección de datos personales.

En virtud de lo anterior, se afirma que los problemas que se suelen presentar en la compras en línea se relacionan, principalmente, con inconvenientes de índole logístico.

Esto ocurre porque en su mayoría corresponden a retrasos en la entrega, entrega del producto con desperfectos, que lo ofertado en la web no se corresponde con lo finalmente entregado; o problemas relacionados con la información brindada al cliente, por ejemplo, precios incorrectos.⁸⁵

En ese sentido, algunos de los reclamos más usuales son la cancelación unilateral del pedido por parte de la empresa y no entrega del producto, el

⁸⁵ ELOY SEOANE BALADO, *“La nueva era del comercio: el comercio electrónico: las TIC al servicio de la gestión empresarial”*, Ideaspropias Editorial (2005): 12, accesado el 28 de junio de 2017, https://books.google.co.cr/books?id=evLz521ZVmAC&dq=problemas+del+comercio+electronico+retraso+en+la+entrega&source=gbp_navlinks_s

incumplimiento en el derecho de desistimiento, la publicidad engañosa, y la deficiente atención al cliente en materia de garantías.⁸⁶

Para efectos del presente trabajo de investigación se estudiarán cuatro problemas muy generalizados como lo son: a) el retraso excesivo en la entrega del objeto, b) pérdida del bien o servicio, c) el desistimiento, d) el proceso de reclamo y e) la protección de datos personales.

A. Retraso excesivo en la entrega

El retraso en la entrega se podría asociar básicamente a un problema logístico (cuando se está frente al comercio electrónico de tipo indirecto), aunque eventualmente también, podría deberse a un problema de índole tecnológico (en los casos de comercio electrónico directo).

Al respecto es importante señalar que, la entrega de los bienes que el consumidor adquiere, generalmente se realizan por medio de un tercero que presta dicho servicio.

En el caso de Costa Rica los consumidores ya han enfrentado las consecuencias cuando se desborda la capacidad instalada de este tipo de compañías, especialmente en épocas del año donde aumentan las compras en línea.

⁸⁶ “Comercio electrónico: abusos e incumplimientos”, Portal del consumidor de la Comunidad de Madrid, accesado el 20 de junio de 2017, http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=FRAME_Contentido_FA&childpagename=PortalConsumidor%2FFrame_Contentido_FA%2FPTCS_contenidoReportajes&cid=1343066136641&p=1343064181510&pagename=PTCS_wrapper

Algunas compañías como Amazon ofrecen garantías especiales, así por ejemplo, cuando un producto físico es adquirido por medio de esta plataforma con el servicio “*Amazon Payments*” se obtiene una garantía denominada “*Garantía de la A a la Z*”, la cual aplica cuando el comprador: “*(...) haya pagado al vendedor el precio de dicho producto o servicio, pero este no ha llegado, o haya recibido el artículo, pero este es muy distinto a lo que el vendedor describía.*”⁸⁷

Asimismo, esta compañía establece estimados de entrega de acuerdo con la ubicación y el método de envío seleccionado, existiendo tres rangos: el estándar, el rápido y el prioritario; para Costa Rica el envío estándar es de 9 a 14 días, el rápido de 7 a 11 días y el prioritario de 2 a 5 días, todos días hábiles.⁸⁸

En ese sentido, se podrían plantear varios cuestionamientos, por ejemplo, a quién se podría atribuir la responsabilidad por el retraso en la entrega de un bien o servicio, o sí debería obligarse al empresario a entregar el bien o servicio en un plazo determinado.

En el caso anterior, se debería establecer primeramente a quién le correspondería definir la razonabilidad de dicho plazo, y en la eventualidad de no cumplirse con lo acordado, si cabe la posibilidad de una indemnización, aspectos que muchas veces quedan establecidos en los términos contractuales que el consumidor suscribe.

⁸⁷ “Programa de quejas del comprador”, Amazon, accesado el 28 de agosto de 2018, <https://pay.amazon.com/es/help/201751580>

⁸⁸ “Tiempos de envío a América Latina”, Amazon, accesado el 28 de agosto de 2018, https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=help_search_1-7?ie=UTF8&nodeId=202053600&qid=1535506671&sr=1-7

B. Pérdida del bien o servicio

El segundo problema que podría generar gran número de reclamos en la contratación electrónica es la pérdida del bien o servicio adquirido por el consumidor.

Surgen en ese sentido cuestionamientos similares a las que se mencionan para el supuesto de retraso excesivo en la entrega, por ejemplo, si en caso de pérdida del bien adquirido, la responsabilidad recaería en el empresario, en el intermediario, o en algún otro sujeto que participa en la entrega del bien.

Es importante tomar en cuenta que la entrega de productos adquiridos en línea se realiza en su mayoría por compañías dedicadas al transporte de mercancías. Las razones por las que un pedido no puede ser entregado son variadas, entre ellas resaltan: *“(...) Dirección incorrecta, formato del apartado postal irreconocible, dirección irreconocible, dirección restringida, intentos de entrega fallidos, entrega rechazada, etiqueta ilegible, paquete dañado en tránsito.”*⁸⁹

Ahora bien, el riesgo de pérdida del producto adquirido es por lo general asumido por el consumidor, así, por ejemplo, en los términos y condiciones de la compañía Amazon se indica que: *“(...) Todos los artículos adquiridos en Amazon cumplen con un contrato de embarque. Esto significa que el riesgo de pérdida y*

⁸⁹ “Entregas no completadas” Amazon, accesado el 28 de agosto de 2018, https://www.amazon.es/gp/help/customer/display.html/ref=help_search_1-1?ie=UTF8&nodeId=201910330&qid=1535507148&sr=1-1

*titularidad pasa a usted al momento de que entreguemos los productos al transportista.*⁹⁰

C. El desistimiento

Otro de los aspectos que genera mayor incertidumbre en los consumidores es cómo proceder en aquellos casos en los cuales se decide optar por el desistimiento de un bien o servicio adquirido en línea.

Para ARROYO APARICIO (citada por NÚÑEZ RODRÍGUEZ, 2012), el Derecho del consumidor a desistir es la facultad que tiene este para desligarse, en un plazo determinado y sin ninguna justificación, del contrato que había contraído.⁹¹ De acuerdo con NÚÑEZ RODRÍGUEZ el Derecho al desistimiento se caracteriza por los siguientes aspectos:⁹²

1. No es una facultad aplicable en todos los contratos de consumo, sino que aplica en los que la ley establezca, o las partes así lo acuerden.
2. Es una facultad discrecional, para aplicarlo no es necesario que el consumidor justifique su decisión.
3. Es un derecho gratuito para el consumidor, no podrá pactarse penalización o prima en los contratos como contraprestación a su ejercicio.

⁹⁰ “Condiciones de uso Amazon”, accesado el 28 de agosto de 2018, https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=ap_register_notification_condition_of_use?ie=UTF8&nodeId=508088

⁹¹ ERICK NÚÑEZ RODRÍGUEZ, “El derecho de desistimiento: especial consideración al desistimiento contractual”, *Tesis Doctoral Universidad de Salamanca*, accesado el 06 de diciembre de 2017, https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/121398/1/DDP_NunezRodriguezErick_Tesis.pdf

⁹² *Ibid.*

4. Es unilateral, pero para que tenga eficacia jurídica plena, debe ser notificado al empresario.
5. Debe de realizarse en el plazo señalado por la ley o por las partes.
6. El desistimiento implica la desvinculación del consumidor con el contrato, por lo tanto se vuelve ineficaz. Dentro de los efectos se encuentra el abono de ciertos gastos realizados y devolución de prestaciones recibidas.
7. El desistimiento no limita la posibilidad que el consumidor pueda utilizar otros medios de impugnación del contrato utilizando remedios jurídicos como la resolución o la nulidad contractual.
8. No es un derecho ilimitado, deben de cumplirse ciertos requisitos: 1) que el titular del derecho sea consumidor, 2) se debe estar en presencia de un contrato de consumo en donde se permita la posibilidad de desistir el acuerdo, 3) El objeto de contrato a desistir debe ser un bien o servicio de consumo.

De conformidad con las características mencionadas, el primer aspecto a identificar es, si el consumidor electrónico se encuentra frente a la posibilidad de desistir o no de su compra.

En ese sentido, se debe acudir a la legislación vigente en la materia, lo cual representa un nivel de complejidad alto, pues en contratación electrónica transfronteriza no necesariamente aplica la legislación del país donde se encuentra el consumidor, sino que en muchos casos aplica la legislación del país

donde está domiciliada la empresa con la cual se está contratando, o la legislación de un tercer Estado, por lo que quedaría a voluntad del comerciante ofrecer al consumidor la posibilidad de desistir de su compra.

Asimismo, en caso de poder ejercer el Derecho al desistimiento, surgen otros aspectos de tipo prácticos que pueden generar un desincentivo a los consumidores, por ejemplo si recae en estos asumir el costo de la devolución del bien adquirido, así como el pago de posibles penalizaciones por el ejercicio de este Derecho, siendo esto último una cláusula que podría considerarse abusiva.

Así, como ejemplo, en el caso de la compañía Amazon, se puede cancelar un producto o pedido siempre y cuando no se haya procedido con el envío y, en caso de haberse efectuado, la compañía cuenta con un Centro de Devoluciones en Línea, siempre y cuando se cumplan con las políticas de devolución.⁹³

También, esta compañía cuenta con la opción de devoluciones gratuitas en ciertos artículos, los cuales están identificados con esa opción, y aplica

⁹³ En la mayoría de casos existe la posibilidad de devolver el producto dentro del plazo de 30 días después de recibir el envío, con la salvedad de aquellos productos que tienen distintos requisitos y políticas asociados a ellos, una vez tramitada y recibida la devolución se realizará el reembolso respectivo. “Acerca de nuestra política de devoluciones”, Amazon, accesado el 28 de agosto de 2018, https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=201819200#GUID-7AE4D2C8-CAF9-465E-A54A-2D1C166C9385_SECTION_7D8EBD42E0184CC3BE4335003DD2222F; también se brinda la opción del remplazo de productos (cuando el producto lo permita, por una talla o color diferente), con la condición que sea dentro del plazo de 30 días, y con ello evitar cargos por el producto original y el de remplazo, sí el artículo que está cambiando tiene un precio inferior al de la compra original, la compañía promete reembolsar la diferencia. “Cambia un producto”, Amazon, accesado el 28 de agosto de 2018, <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=201819310>

únicamente para productos despachados por dicha empresa y cuya dirección de entrega sea alguno de los 50 estados de los Estados Unidos América.⁹⁴

Otro ejemplo es el de la compañía eBay Inc. la cual, respecto del Derecho del desistimiento, establece en sus condiciones de uso que : *“Si usas los Servicios en tu condición de consumidor, puedes ejercitar tu derecho de desistimiento dentro de los 14 días naturales a contar desde tu aceptación a las presentes Condiciones de Uso. (...) En caso de que ejercites tu derecho de desistimiento, reconoces y aceptas que eBay tendrá derecho a retener o, en su caso, percibir las comisiones cobradas o, en su caso, devengadas como consecuencia de tu uso de los Servicios. Puedes informarnos de tu intención de ejercitar tu derecho de desistimiento en la dirección de eBay que te corresponda según lo establecido en la Introducción de las presentes Condiciones de Uso.”*⁹⁵

D. Proceso de reclamo

Como cuarto aspecto a analizar en torno a los principales problemas que enfrenta un consumidor en el contexto electrónico se encuentra el proceso de reclamo cuando surge un conflicto entre este y el empresario, en especial, cuando el conflicto cruza las fronteras.

Al respecto, el primer aspecto a destacar es el relacionado con el monto o cuantía del proceso, pues el costo por la interposición del proceso judicial resulta

⁹⁴ “Acerca de las devoluciones gratuitas”, Amazon, accesado el 20 de agosto de 2018, <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=202075130>

⁹⁵ “Condiciones de uso”, eBay Inc., accesado el 06 de septiembre de 2018, <https://pages.ebay.es/help/policies/user-agreement.html>

ser, en la mayoría de los casos, muy elevado, desincentivando que el consumidor acuda a las vías tradicionales de resolución de conflictos.

Lo anterior se agrava cuando el consumidor se encuentra obligado, mediante un contrato de adhesión, a que en caso de interponer un reclamo contra el empresario, deba acudir a determinada sede judicial y aplicar la legislación que para el efecto se establece en los términos y condiciones contractuales.

Así, a modo de ejemplo, los términos y condiciones de la compañía Amazon establecen que cualquier controversia o reclamo relacionado con: *“(...) Servicio de Amazon, o con cualquier producto o servicio comercializado o distribuido por Amazon o a través de Amazon.com se resolverán mediante arbitraje vinculante, en lugar de un juzgado, salvo que usted pueda aseverar las reclamaciones en un tribunal de demandas menores si tales reclamaciones califican para ello. La Ley Federal de Arbitraje aplicará en este acuerdo.”*⁹⁶

Pero también, en caso de acudir a la vía judicial claramente se señala que: *“(...) cualesquiera procedimientos de decisión de controversias se realizarán únicamente de manera individual y no en una demanda colectiva, consolidada o representativa. Si por algún motivo una reclamación procede en un tribunal en lugar de arbitraje cada uno de nosotros renunciamos a cualquier derecho de juicio por jurado.”*⁹⁷

⁹⁶ “Condiciones de uso”, Amazon.com, accesado el 01 de septiembre de 2018, https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=ap_register_notification_condition_of_use?ie=UTF8&nodeId=508088

⁹⁷ *Ibid.*

Ahora bien, la compañía Amazon también atiende las quejas de los consumidores a través del servicio de atención al cliente, asimismo cuenta con un programa de quejas para el comprador que utilice Amazon Payments.

Este último está diseñado para responder a los conflictos que pueden surgir entre el comprador y el vendedor, cuando previamente estos se han puesto en contacto y no han logrado solucionar el conflicto.⁹⁸

En el caso de la compañía eBay Inc., sus condiciones de uso señalan que: *“(...) Si surge una disputa entre tú y eBay, te pedimos que primero te pongas en contacto directo con nosotros para buscar una solución, poniéndote en contacto con Atención al Cliente. Tendremos en consideración las solicitudes razonables para resolver una disputa a través de procedimientos alternativos de resolución de conflictos, tales como la mediación o el arbitraje, como alternativas a los litigios.”*⁹⁹

Además, en las condiciones de uso de eBay Inc. existe una cláusula de disputas legales mediante la cual se regula cualquier reclamo o disputa entre el consumidor e eBay Inc., indicándose en cuanto a la Ley aplicable que: *(...) Aceptas que, excepto en la medida que sean inconsistentes o estén precedidas por la ley federal, las leyes del estado de Utah, sin tener en cuenta los principios de conflicto de leyes, regirán estas Condiciones de Uso y cualquier reclamo o*

⁹⁸ “Programas de quejas del comprador”, Amazon, accesado el 20 de agosto de 2018, <https://pay.amazon.com/es/help/201751580>

⁹⁹ “Condiciones de uso”, eBay Inc., accesado el 06 de septiembre de 2018, <https://www.ebay.es/pages/help/policies/user-agreement.html>

*disputa que haya surgido o pueda surgir entre nosotros, salvo que se indique lo contrario en estas Condiciones de Uso.*¹⁰⁰

También, se establece un acuerdo previo de arbitraje obligatorio¹⁰¹ para que ante cualquier reclamo o disputa se acuda a un arbitraje definitivo y vinculante y no a la corte.

Sin embargo, también se le indica al consumidor que: *“Alternativamente, podrás presentar tus reclamos en un tribunal de reclamos menores, si tu reclamo califica para presentarse ante dicho tribunal y siempre y cuando el asunto permanezca en dicho tribunal y solo avance en forma individual (no colectiva, no representativa de un grupo). La Ley Federal de Arbitraje de los Estados Unidos (Federal Arbitration Act) rige la interpretación y el cumplimiento de este Acuerdo de arbitraje.*¹⁰²

¹⁰⁰ “Condiciones de uso”, eBay Inc., accesado el 06 de septiembre de 2018, <https://www.ebay.es/pages/help/policies/user-agreement.html>

¹⁰¹ Sin embargo, también se establece una cláusula de exclusión para usuarios nuevos que indica literalmente: *“Cláusula de Exclusión SI ERES UN NUEVO USUARIO DE NUESTROS SERVICIOS, PUEDES ELEGIR RECHAZAR ESTE ACUERDO DE ARBITRAJE (“NO ACEPTAR”) ENVIÁNDONOS POR CORREO UNA NOTIFICACIÓN DE NO ACEPTACIÓN (“NOTIFICACIÓN DE NO ACEPTACIÓN”). LA NOTIFICACIÓN DE NO ACEPTACIÓN DEBE LLEVAR SELLO POSTAL CON FECHA NO POSTERIOR A LOS 30 DÍAS A PARTIR DE LA FECHA EN QUE ACEPTASTE LAS CONDICIONES DE USO POR PRIMERA VEZ. DEBES ENVIAR POR CORREO LA NOTIFICACIÓN DE NO ACEPTACIÓN A EBAY INC., DIRIGIDO A: LITIGATION DEPARTMENT, RE: NOTIFICACIÓN DE NO ACEPTACIÓN (OPT-OUT NOTICE), 583 WEST EBAY WAY, DRAPER, UT 84020. Para tu comodidad, te proporcionamos un formulario de Notificación de no aceptación que debes completar y enviarnos por correo para rechazar el Acuerdo de Arbitraje. Debes completar el formulario de Notificación de no aceptación proporcionando la información solicitada en éste, como el nombre, la dirección (calle, ciudad, estado y código postal), el o los nombres de usuario y la(s) dirección(es) de correo electrónico asociados con la(s) cuenta(s) de Servicios de eBay para las que solicitas no aceptar. Debes firmar la Notificación de no aceptación para que tenga validez. Este procedimiento es la única manera posible de rechazar el Acuerdo de Arbitraje. Si rechazas el Acuerdo de Arbitraje, el resto de estas Condiciones de Uso incluyendo la cláusula de Diputas Legales seguirán siendo aplicables. No aceptar este Acuerdo de Arbitraje no afecta de ninguna manera otros acuerdos de arbitraje, previos o futuros, que puedas tener con nosotros.”*, “Condiciones de uso”, eBay Inc., accesado el 06 de septiembre de 2018, <https://pages.ebay.com/co/es-co/help/policies/user-agreement.html>

¹⁰² “Condiciones de uso”, eBay Inc., accesado el 06 de septiembre de 2018, <https://pages.ebay.com/co/es-co/help/policies/user-agreement.html>

E. Protección de datos personales

Como último aspecto es lo relacionado con la protección de datos personales de los consumidores, pues la información de carácter sensible requerida por los empresarios para realizar transacciones en línea, así como el resguardo, almacenamiento y uso que estos hacen de esa información es una cuestión trascendental en la contratación electrónica.

En vista de ello se ha generado normativa con el fin de proveer protección a las personas respecto de sus datos personales, así por ejemplo, el 25 de mayo de 2018 entró en vigencia el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).¹⁰³

Ahora bien, dicho Reglamento no sustituye la regulación especial que existe en relación con la protección de las personas frente a sus datos personales en el ámbito de las comunicaciones electrónicas, para lo cual se aplica la directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de julio de 2002 relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector

¹⁰³ Con este Reglamento se pretende que los ciudadanos de la UE controlen mejor sus datos personales, fortaleciendo los derechos que ya existían y creando nuevos -como lo es el derecho a la portabilidad de datos-, asimismo se establecen reglas claras para las empresas y sanciones por el incumplimiento de la normativa. La protección de los datos personales en lo que respecta a los ciudadanos de la UE encuentra fundamento en el artículo 16 del TFUE el cual establece que: “(...) 1. *Toda persona tiene derecho a la protección de los datos de carácter personal que le conciernan.*”

de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónica).

En cuanto a Costa Rica, es desde el año 2011 que se cuenta con legislación en la materia a través de la Ley de Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales, Ley 8968 del 07 de julio de 2011.¹⁰⁴

También, la reciente reforma al Reglamento a la LPCDEC introduce en su artículo 263 la protección de datos personales, estableciendo la obligación de los comerciantes de: *“(...) a) adoptar medidas de seguridad eficaces en sus procesos para proteger la integridad, veracidad y confidencialidad de los datos personales existentes en sus bases de datos; b) informar sobre el nivel de protección que otorgan a los datos personales de los consumidores, en especial en lo relativo a la transmisión, tratamiento y almacenamiento de sus datos personales; y c) introducir en los contratos que suscriban con otros comerciantes, cláusulas que tengan por objeto proteger la confidencialidad de los datos personales de los consumidores.”*

La preocupación sobre el manejo de datos personales en la red se ve incrementada ante escándalos recientes donde se evidencia el manejo indebido de información de usuarios de determinadas aplicaciones, así por ejemplo, la compañía Uber ocultó durante un año el robo de información que afectó a 57

¹⁰⁴ El artículo 1 de la Ley 8968 establece que esta tiene por objetivo y fin: *“(...) garantizar a cualquier persona, independientemente de su nacionalidad, residencia o domicilio, el respeto a sus derechos fundamentales, concretamente, su derecho a la autodeterminación informativa en relación con su vida o actividad privada y demás derechos de la personalidad, así como la defensa de su libertad e igualdad con respecto al tratamiento automatizado o manual de los datos correspondientes a su persona o bienes.”*

millones de cuentas¹⁰⁵, o el robo de datos de 50 millones de personas usuarias de la red social Facebook¹⁰⁶, o el de una aplicación de citas que compartió sin autorización de sus usuarios datos de sus perfiles.¹⁰⁷

Algunas compañías como Amazon cuentan con una política de privacidad que forma parte de las condiciones de uso que el cliente acepta cuando se adhiere como usuario de la plataforma, en dichas condiciones de privacidad se señala la información que se recaba de los clientes, la cual no es vendida a terceros, pero sí compartida con filiales de Amazon, además para la protección de los datos aportados por el usuario se utiliza el software “*Secure Sockets Layer (SSL)*” que codifica la información.¹⁰⁸

Por su parte, otro de los gigantes de las ventas en línea como eBay Inc. cuenta con un “*Centro de Privacidad*”, así como con “*Normas Corporativas Vinculantes*” en materia de privacidad y protección de datos, que tienen como fin: “*(...) aplicar estándares uniformes, adecuados y globales de privacidad y protección de datos del usuario (Usuario) en el tratamiento de la información personal de este (Información del usuario) en eBay Inc., y en las compañías de su*

¹⁰⁵ ROSA JIMÉNEZ, “Uber ocultó durante un año un robo que afectó a 57 millones de cuentas”, El País, 22 de noviembre de 2017, accesado el 21 de julio de 2018, https://elpais.com/economia/2017/11/21/actualidad/1511304375_754484.html

¹⁰⁶ KEVIN ROOSE Y SHEERA FRENKEL, “Los planes de Facebook tras el escándalo de robo de datos”, The New York Times, 26 de marzo de 2018, accesado el 21 de julio de 2018, <https://www.nytimes.com/es/2018/03/26/facebook-mark-zuckerberg-cambridge-analytica/>

¹⁰⁷ EFE, “La aplicación para citas gays Grindr compartió datos sobre VIH de usuarios”, El Mundo, 03 de abril de 2018, accesado el 21 de julio de 2018, <http://www.elmundo.es/internacional/2018/04/03/5ac32791e2704e86268b45d4.html>

¹⁰⁸ “Aviso de privacidad”, Amazon, accesado el 29 de agosto de 2018, <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=468496>

mismo grupo empresarial, filiales y empresas asociadas de eBay o Joint Ventures (denominados en su conjunto Entidades de eBay).¹⁰⁹

También, otro de los aspectos relacionado con la protección y uso de datos personales de los consumidores por parte de los comerciantes, es el de las comunicaciones publicitarias no solicitadas conocidas como “spam”, en ese sentido con el fin de controlar o limitarlas se han desarrollado diversas herramientas.

Una de ellas es a través del “opt-in” y el “opt-out”, por un lado: *“La opción opt-in, también conocida como lista blanca, sistema de inclusión voluntaria o consentimiento explícito, es tal que las comunicaciones comerciales no solicitadas solo podrán dirigirse hacia aquellas personas que han manifestado de forma previa y expresa su consentimiento para ello.”¹¹⁰*

Por otro lado, la opción “opt-out”: *“También conocido como lista negra, lista de exclusión voluntaria o consentimiento implícito, permite realizar comunicaciones con sujetos (usuarios/consumidores) que no han manifestado previamente su rechazo para ello. Dicho de otra forma, este sistema establece el derecho de aquellos que no desean recibir mensajes comerciales no solicitados, a oponerse.”¹¹¹*

¹⁰⁹ “Reglas corporativas respecto de los usuarios”, eBay Inc., accesado el 10 de septiembre de 2018, <https://static.ebayinc.com/assets/Uploads/PrivacyCenter/ebay-corporate-rules-spanish.pdf>

¹¹⁰ CARLOS RODRÍGUEZ Y MARÍA LOZA, “Protección de la privacidad. Aproximación al opt-in/opt-out”, *Revista de Contratación Electrónica* n° 23, (2002), accesado el 12 de julio de 2018, http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/*/Protecci%C3%B3n+de+la+Privacidad.+Aproximaci%C3%B3n+al+opt-in%2Fopt-out/vid/123162

¹¹¹ *Ibid.*

Con el fin de proteger a los consumidores de este tipo de comunicaciones no deseadas -principalmente las recibidas por correo electrónico-, la mencionada Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas, prohíbe el envío de comunicaciones no solicitados a través de correo electrónico, SMS o MMS.

Asimismo, la OCDE cuenta con la *“Policy Guidance for Protecting and Empowering Consumers in Communication Services”* emitida en el año 2008 y la *“Recommendation on Cross-Border Co-operation in the Enforcement of Laws against Spam”*, emitida en el año 2006.

Ambos instrumentos pueden resultar útiles para mejorar la protección de los datos personales del consumidor, sin embargo, su aplicación queda sujeta a la adopción de las recomendaciones por parte de los países miembros de dicha organización, a la cual, Costa Rica se encuentra en proceso de incorporación.

En el caso de Costa Rica se regulan las comunicaciones electrónicas no solicitadas a través de diversas normas, la más reciente es la introducida mediante la reforma al Reglamento a la LPCDEC, que en su artículo 264 define este tipo de comunicaciones como aquella: *“(...) realizada con sistemas automáticos de comunicación sin el consentimiento previo del usuario o cuando se oculte o falsee el origen de la comunicación y no se cuente con una alternativa para poner fin a dichas comunicaciones, corresponde a una comunicación no solicitada.”*

Se establece además que el comerciante debe de abstenerse del envío de comunicaciones por cualquier medio electrónico que no hayan sido solicitadas previamente por el consumidor, esto de conformidad con lo establecido en la Ley

8642 del 04 de junio de 2008, Ley General de Telecomunicaciones -en adelante LGT-, así como el Reglamento sobre el Régimen de Protección al Usuario Final de los Servicios de Telecomunicaciones, Reglamento 10-A del 18 de marzo 2010.

En cuanto al consentimiento del consumidor debe ser obtenido por el comerciante, para ello: *“(...) deberá el comerciante desarrollar e implementar procedimientos efectivos y fáciles de usar por parte de los consumidores, para que estos elijan si desean recibir o no mensajes comerciales y, cuando elijan no recibirlos, su decisión debe ser acatada de forma inmediata.”*¹¹²

Finalmente, en el citado artículo 264 se hace referencia al numeral 44 de la LGT, que regula las comunicaciones no solicitadas -como parte del régimen de protección a la intimidad y derechos del usuario final- donde se prohíbe la utilización de sistemas (llamada automática por voz, fax, correo electrónico o cualquier otro dispositivo) con fines de venta directa sin el previo consentimiento de los abonados de los servicios de telecomunicaciones.

5. Regulación de la contratación electrónica

La preocupación por brindar niveles de protección mínimos para los consumidores, así como mitigar los riesgos que el consumidor asume -y que se estudiaron en el punto anterior- ha despertado el interés de diversos organismos e instituciones internacionales que han procurado elaborar instrumentos, como reglamentos, resoluciones, directivas, directrices y recomendaciones.

¹¹² Artículo 264 del Reglamento a la LPCDEC.

Dichos instrumentos han trascendido al derecho interno de los Estados, inspirando reformas legislativas y cambios tanto a nivel de derecho sustantivo como procesal, es así como: *“Esta necesidad de interrelación comercial mundial ha desembocado en un incremento notable de las economías de los diferentes países; motivo por el cual han tenido que adaptar su marco legal de tal forma que ello garantice seguridad, confidencialidad, protección del consumidor y autenticidad en las transacciones comerciales.”*¹¹³

En vista de lo anterior, surge la interrogante sobre cuál es la respuesta jurídica que se debe brindar al consumidor electrónico, para SÁNCHEZ DEL CASTILLO no existe una fórmula o solución que nos permita dar una respuesta a esa interrogante, al respecto indica: *“(...) en lo que concierne al discernimiento sobre cuál es la mejor forma de enfrentar, jurídicamente, la virtud negocial de las tecnologías de la información, mi experiencia personal me conduce a pensar que no es tan sencillo...Estimo que primero es necesario revisar el estado y la actualidad del ordenamiento normativo interno de cada país, las reglas de derecho internacional estatuidas, e incluso, mirar los instrumentos internacionales a los que se haya adscrito la nación.”*¹¹⁴

Sin embargo, con la internet sin un mecanismo de control centralizado, se considera que la pregunta que debe ser contestada es: *“¿Qué tipo de leyes son*

¹¹³ GLADYS RODRÍGUEZ, “Comercio electrónico una revisión desde la Unión Internacional de Telecomunicaciones”, *Revista de Derecho*, Universidad del Norte, 23 (2005): 4.

¹¹⁴ VILMA SÁNCHEZ, *El ABC del derecho de la contratación electrónica* (San José: Editorial Jurídica Continental, 2012), 22.

*necesarias para establecer un marco legal bajo el cual la revolución del comercio electrónico pueda ser mantenida de forma confiable y segura para todos?*¹¹⁵

En ese sentido, para LA TORRE JEKER es necesario desarrollar normativa que permita minimizar las disputas complejas, y que asegure un funcionamiento efectivo de la legislación, especialmente para aquellas disputas donde podría ser difícil iniciar reclamos por parte del consumidor, o ejecutar decisiones judiciales en donde las partes se localizan en diferentes jurisdicciones y legislación aplicable.¹¹⁶

Por su parte RAMOS SUÁREZ¹¹⁷ señala tres aspectos legales que presentan mayor problemática: 1) Jurisdicción competente a la hora de resolver los conflictos derivado de contratos electrónicos; 2) Legislación aplicable a estos contratos y; 3) Lugar, tiempo y forma de perfección de los mismos, que deben ser estudiados a la luz de las normas de Derecho Internacional Privado y Tratados Internacionales que sean aplicables.

A continuación se realizará un análisis en materia de regulación del comercio electrónico, y las respuestas que al efecto ha brindado la UE mediante la emisión de Directivas y Reglamentos, así como legislación española, costarricense, recomendaciones de la OCDE a través de Directrices y Lineamientos, y la legislación modelo de la CNUDMI.

¹¹⁵ VIRGINIA LA TORRE JEKER, MEARL CABRAL HAMNA ANWAR AND MANNAN FAIZA FAROOQ, "E-Transaction Law and Online Dispute Resolution: A Necessity in the Middle East", *Arab Law Quarterly* 20, n° 1, (2006): 43-76, accesado el 21 de enero de 2016, <http://www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/27650537>

¹¹⁶ *Ibid.*

¹¹⁷ FERNANDO RAMOS SUÁREZ, "Problemas jurídicos del Comercio electrónico", *Revista Electrónica de Derecho Informático* n° 2, (1998), accesado el 27 de junio de 2015, http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WWW/search/*/%22Problemas+jur%C3%ADdicos+del+Comercio+electr%C3%B3nico%22/vid/106966

A. Regulación europea

Se realizará en seguida un análisis de la regulación más relevante en materia de comercio electrónico emitida por la UE.

a. Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2000 -Directiva sobre comercio electrónico-

i. Objetivos de la Directiva

El objetivo de la Directiva es crear una unión estrecha dentro de un marco jurídico que garantice un espacio sin fronteras interiores y la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información entre los Estados miembros y los pueblos europeos, asegurando el progreso económico y social.

Para PINOCHET OLAVE, se pueden identificar cuatro aspectos esenciales en la Directiva sobre comercio electrónico: a) es una herramienta para lograr el objetivo trazado en el Tratado de la UE consistente en transformar Europa en un espacio sin fronteras interiores; b) consagra el principio de la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información; c) se trata de una Directiva de un doble propósito: estimular el comercio electrónico y colaborar con la protección del consumidor frente a las nuevas tecnologías de la información; y d) es una directiva de mínimos.¹¹⁸

¹¹⁸ RUPERTO ANDRÉS PINOCHET OLAVE, *Contratos electrónicos y defensa del consumidor* (Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A.), 113-114.

La Directiva sobre comercio electrónico establece que los servicios de la sociedad de la información cubren diversas actividades económicas en línea,¹¹⁹ así como, aquellas actividades que se excluyen por no ser consideradas servicios de la sociedad de la información.¹²⁰

Aspecto de suma relevancia es que los usuarios de los servicios de la sociedad de la información, y las autoridades competentes, tienen garantía de acceso fácil, directo y permanente respecto de los siguientes datos del prestador de servicios:¹²¹

1. Nombre y dirección geográfica donde está establecido, señas que permitan establecer contacto rápido, comunicación directa y efectiva con él, incluyendo dirección de correo electrónico.
2. Si está inscrito, nombre de registro mercantil y número asignado en él.
3. De estar sujeta a régimen de autorización, los datos de la autoridad.
4. Profesiones reguladas: datos del colegio o institución, si pertenece a un colegio profesional o institución; título profesional expedido y Estado

¹¹⁹ Esas actividades son: 1. La venta de mercancías en línea. 2. Los servicios no remunerados por sus destinatarios como lo son el ofrecer comunicación en línea o comunicaciones comerciales, o los que ofrecen instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos. 3. Los servicios de transmisión de información a través de una red de comunicación, o albergar información facilitada por el destinatario del servicio. 4. Las que se transmiten entre dos puntos, como el video a la carta o el envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico.

¹²⁰ Esas actividades son: 1. La entrega de mercancías en sí misma o la prestación de servicios fuera de la línea. 2. La radiodifusión televisiva y la difusión radiofónica, pues no se prestan a petición individual. 3. El uso de correo electrónico, o de sistemas equivalentes de comunicación entre individuos, por parte de personas físicas que actúan fuera de su profesión, negocio o actividad profesional, incluso cuando los usan para celebrar contratos entre sí. 4. La relación contractual entre un empleado y su empresario. 5. Actividades que por su propia naturaleza no pueden realizarse a distancia ni por medios electrónicos (control legal de la contabilidad, asesoramiento médico).

¹²¹ Artículo 5 de la Directiva sobre comercio electrónico.

miembro que lo expidió; referencia de normas profesionales aplicables y medios para acceder a las mismas.

5. Cuando se haga referencia a precios, estos deben indicar claramente y sin ambigüedades si están incluidos los impuestos y gastos de envío.

Lo anterior tiene implicaciones relevantes para efectos de generar confianza en el consumidor, pues se establecen unas garantías mínimas de identificación del empresario, así como de los bienes y servicios que este ofrece, además de claridad en aspectos fundamentales para el consumidor electrónico como lo es lo relacionado con el precio.

ii. Ámbito de aplicación

Primeramente se excluye la aplicación de la Directiva en materia de fiscalidad; así como las cuestiones incluidas en las Directivas 95/46/CE y 97/66/CE¹²²; y las cuestiones relacionadas con acuerdos o prácticas que se rijan por la legislación sobre carteles.

Se deja como posibilidad a los Estados miembros la no aplicación del régimen de los servicios de la sociedad de la información a los contratos de creación o transferencia de derechos en materia inmobiliaria (excepto derechos de arrendamiento), aquellos que requieran la intervención de tribunales, autoridades públicas o profesionales que ejerzan una función pública, contratos de crédito y

¹²² Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, y Directiva 97/66/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de diciembre de 1997 relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las telecomunicaciones.

caución, y las garantías presentadas por personas que actúan por motivos ajenos a su actividad económica, negocio o profesión, derecho de familia y sucesiones.

Tampoco aplica a la actividad realizada por notarios o profesionales equivalentes cuando impliquen conexión directa y específica con el ejercicio de la autoridad pública; a la representación de un cliente y la defensa de sus intereses ante los tribunales; y a actividades de juegos de azar que impliquen apuestas de valor monetario, incluidas loterías y apuestas.

Por último, y conforme lo indicado en el considerando cuarenta y ocho de la Directiva, no será aplicable a los servicios procedentes de prestadores establecidos en un tercer país, sin embargo, considera que para un desarrollo sin obstáculos al comercio electrónico es esencial que dicho marco jurídico sea sencillo, claro, seguro y compatible con las normas vigentes a escala internacional, esto para no afectar la competitividad de la industria europea, ni obstaculizar la innovación.

iii. Aspectos relativos a la protección del consumidor

En primer lugar la Directiva no afecta el nivel protección de los derechos e intereses de los consumidores fijados en otros instrumentos comunitarios, los cuales se continúan aplicando íntegramente en los servicios de la sociedad de la información.¹²³

¹²³ El considerando 11 literalmente indica: “(11) La presente Directiva no afecta al nivel de protección, en particular, de la salud pública y de los intereses de los consumidores fijados en los instrumentos comunitarios; entre otras, la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a

Se determinan en el artículo 3 un catálogo de definiciones dentro de las que se incluyen una bastante amplia y genérica de consumidor, el cual es considerado como: “(...) cualquier persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio o profesión”.

Por su parte, en materia de contratación electrónica, los Estados miembros deben garantizar, según se regula en el artículo 10, que los prestadores de los servicios de la sociedad de la información faciliten a los consumidores de forma clara, inequívoca y antes que este efectúe un pedido, la siguiente información:

1. Los diferentes pasos técnicos que deben darse para celebrar el contrato;

distancia, constituyen un instrumento esencial para la protección del consumidor en materia contractual. Dichas Directivas se seguirán aplicando en su integridad a los servicios de la sociedad de la información; también forman parte de este acervo comunitario, plenamente aplicable a los servicios de la sociedad de la información, en particular, la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa, la Directiva 87/102/CEE del Consejo, de 22 de diciembre de 1986, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de crédito al consumo, la Directiva 93/22/CEE del Consejo, de 10 de mayo de 1993, relativa a los servicios de inversión en el ámbito de los valores negociables, la Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1990, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados, la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, la Directiva 92/59/CEE del Consejo, de 29 de junio de 1992, relativa a la seguridad general de los productos, la Directiva 94/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 1994, sobre el derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido, la Directiva 98/27/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo de 1998, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, la Directiva 85/374/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1985, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos, la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de abril de 1999, sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo, la futura Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores y la Directiva 92/28/CEE del Consejo, de 31 de marzo de 1992, relativa a la publicidad de los medicamentos para uso humano. La presente Directiva no debe afectar a la Directiva 98/43/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de julio de 1998, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco, adoptadas en el marco del mercado interior ni a otras Directivas sobre protección de la salud pública. La presente Directiva completa los requisitos de información establecidos en las Directivas mencionadas y, en particular, en la Directiva 97/7/CE.”

2. Si el prestador del servicio va a registrar o no el contrato celebrado, y si este va a ser accesible;
3. Los medios para identificar y corregir los errores de introducción de datos antes de efectuar el pedido;
4. Lenguas ofrecidas para la celebración del contrato.

Además, en el apartado tercero del mismo artículo se establece que deben estar disponibles al destinatario las condiciones generales del contrato, de forma que pueda almacenarlas y reproducirlas.

En el artículo 11 se indican los principios que rigen los pedidos por vía electrónica por parte del destinatario de una orden, indicándose que el prestador del servicio: *“(...) debe de acusar recibo del pedido del destinatario sin demora indebida y por vía electrónica”*, además se considera que: *“(...) se ha recibido el pedido y el acuse de recibo cuando las partes a las que se dirigen pueden tener acceso a los mismos.”*

Valga mencionar que tanto el artículo 10, en sus apartados 1 y 2, como el 11, en el primer guión del apartado 1 y el apartado 2, han sido objeto de críticas por la doctrina española pues en estos se excluye expresamente su aplicación a aquellos casos en que los contratos que se celebren exclusivamente por intercambio de correo electrónico u otra comunicación individual equivalente, lo cual eventualmente podría desproteger a los consumidores que utilizan este medio para la adquisición de un bien y servicio.

iv. Resolución alterna de conflictos de consumo surgidos en el comercio electrónico

En el artículo 17 se regula la solución extrajudicial de litigios, estableciendo que los Estados deben velar para que su legislación no obstaculice la utilización de estos mecanismos, incluyendo el que se realiza por vías electrónicas.¹²⁴

Por su parte, en el artículo 18 se insta a los Estados miembros a que los recursos judiciales, en relación a los servicios de la sociedad de la información, permitan adoptar medidas rápidas, incluso provisionales, con el fin de poner término a cualquier presunta infracción y evitar la producción de nuevos perjuicios contra los afectados.

B. Regulación española

Se analizará en el presente apartado la Ley Española 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico -en adelante LSSICE- cuerpo normativo encargado de regular lo relativo al comercio electrónico en España.

Se considera que el estudio de este cuerpo normativo resulta de suma importancia para el presente trabajo de investigación, lo anterior porque el mismo puede ser utilizado como un instrumento base para el marco normativo general del comercio electrónico en Costa Rica.

¹²⁴ Se indica expresamente en el apartado segundo del artículo 17 de la Directiva que: *“Los Estados alentarán a los órganos responsables de la solución extrajudicial de litigios, en particular de litigios en materia de consumo, a que actúen de modo tal que proporcione garantías de procedimiento adecuadas a las partes afectadas.”*

Como se verá más adelante, Costa Rica carece de legislación específica en materia de comercio electrónico, y los proyectos de ley que han sido presentados en la Asamblea Legislativa tienen como fuente -entre otros- a la legislación española.

Además, España pertenece actualmente a la UE quien representa uno de los mercados económicos de mayor importancia a nivel global -y en especial en lo que se refiere al comercio electrónico-, asimismo es parte de la OCDE, una organización a la que Costa Rica aspira a ingresar próximamente.

Es en virtud de lo anterior que se considera importante estudiar, no sólo la legislación española, sino también su experiencia en lo que respecta a la aplicación de este tipo de regulación, lo cual puede resultar bastante enriquecedor para Costa Rica.

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

La LSSICE tiene como propósito incorporar en el ordenamiento jurídico español la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio, relativa a determinados aspectos de los servicios de la sociedad de la información, en particular, el comercio electrónico en el mercado interior.

También, incorpora parcialmente la Directiva 98/27/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, al regular, de

conformidad con lo establecido en ella, una acción de cesación contra las conductas que contravengan lo dispuesto en esta Ley.

i. Objetivo de la ley

El objetivo de la LSSICE 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 y el régimen sancionador aplicable.¹²⁵

ii. Ámbito de aplicación

La LSSICE aplica a tres sectores: a) los prestadores de servicios establecidos en España, b) los prestadores de servicios establecidos en otro Estado miembro de la UE o del Espacio Económico Europeo, y c) prestadores establecidos en un Estado no perteneciente a la UE o al espacio económico europeo.¹²⁶

iii. Aspectos relativos al comercio electrónico

El régimen jurídico aplicable a las comunicaciones comerciales por vía electrónica se rige por la LSSICE y por la normativa en materia comercial y de

¹²⁵ Artículo 1 de la LSSICE.

¹²⁶ Además, se establecen como excepciones a la aplicación de la LSSICE los servicios prestados por notarios y registradores de la propiedad y mercantiles en el ejercicio de sus respectivas funciones públicas, así como los servicios prestados por abogados y procuradores en el ejercicio de sus funciones de representación y defensa en juicio.

publicidad, así como la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.¹²⁷

Se exige que en cualquier información sobre comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos, se encuentre claramente identificado el remitente, quedando prohibido el envío de comunicaciones comerciales en las que se disimule o se oculte la identidad de este.¹²⁸

También, se prohíbe el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubiesen sido solicitados o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.¹²⁹

Además, regula la posibilidad de revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente.¹³⁰

iv. Contratación electrónica

Sobre la contratación por vía electrónica, se zanján aspectos como la validez y eficacia de los contratos celebrados por esta vía, la prueba, la ley aplicable, las obligaciones previas a la contratación, la información posterior a la celebración del contrato y el lugar de celebración del contrato.¹³¹

¹²⁷ Artículo 19 de la LSSICE.

¹²⁸ *Ibid.*, artículo 20.

¹²⁹ *Ibid.*, artículo 21.

¹³⁰ *Ibid.*, artículo 22.

¹³¹ Resulta importante mencionar que, no es aplicable lo regulado en este título, al Derecho de familia y sucesiones, tampoco aquellos actos jurídicos que requieran, en lo que la ley exija para su validez, la forma

También, se regula lo relativo a la validez y eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica, los cuales producen todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico una vez que hayan concurrido el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez. Además, para la validez del contrato por vía electrónica no es necesaria la existencia de un previo acuerdo de las partes sobre la utilización de medios electrónicos.¹³²

Asimismo, el prestador de los servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica se obliga a poner a disposición del destinatario, de previo, de forma adecuada, permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes aspectos:¹³³

1. Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.
2. Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible.
3. Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y la lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.
4. Poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que estas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario.

documental pública o que requieran la intervención de órganos jurisdiccionales, notarios, registradores de la propiedad y mercantiles o autoridades públicas.

¹³² Artículo 23 de la LSSICE.

¹³³ *Ibid.*, artículo 27.

Por último, que los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor, se presumirán celebrados en el lugar en que este tenga su residencia habitual.¹³⁴

v. Resolución alterna de conflictos de consumo surgidos en el comercio electrónico

El interés para el presente trabajo de investigación es el artículo 32, donde se establece que: *“(...) 1. El prestador y el destinatario de servicios de la sociedad de la información podrán someter sus conflictos a los arbitrajes previstos en la legislación de arbitraje y de defensa de los consumidores y usuarios, y a los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos que se instauren por medio de códigos de conducta u otros instrumentos de autorregulación. 2. En los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos a que hace referencia el apartado anterior, podrá hacerse uso de medios electrónicos, en los términos que establezca su normativa específica.”*

Cómo se observa la LSSICE brinda la posibilidad de acudir a mecanismos RAC, y a los procedimientos creados al efecto por las leyes que los rigen, habilitando el uso de medios electrónicos en estos.

C. Regulación costarricense

En el caso de Costa Rica no se cuenta con una ley vigente en materia de comercio electrónico, lo anterior a pesar de algunas propuestas que se han

¹³⁴ Artículo 29 de la LSSICE.

presentado en la Asamblea Legislativa, pues las mismas no han llegado a convertirse en ley.

Así, por ejemplo, el proyecto de ley tramitado bajo el expediente legislativo 16.081 denominado "*Ley de Comercio Electrónico*", que toma como base la Ley española de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico 34/2002, con la diferencia fundamental de no requerirse autorización previa para la prestación electrónica de los servicios como sí ocurre en la legislación española, sin embargo este fue archivado el 16 de febrero de 2010.

Otra de las propuestas presentadas fue el proyecto de ley tramitado bajo el expediente legislativo 19.012 denominado "*Ley de servicios de la sociedad de la información (Ley de comercio electrónico)*", con el cual se intentaba crear un marco normativo basado en reglas aceptadas y utilizadas a nivel internacional, y que de acuerdo con su exposición de motivos, el texto se inspiraba en normas tomadas de diversos instrumentos.¹³⁵

Se pretendía con dicho proyecto cubrir tanto las transacciones comerciales entre empresarios (B2B), como las realizadas entre empresarios y consumidores (B2C). Finalmente, todo parece indicar que el proyecto de ley 19.012 tampoco se convertirá en ley de la República, pues éste cumplió el plazo cuatrienal de caducidad el pasado 17 de diciembre de 2017.

¹³⁵ Principalmente de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico de 1996, la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Firmas Electrónicas de 2001, de la Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales de 2006; de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior; de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico de España y, de la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de Firma Electrónica, también de España.

Ahora bien, pese a no contar con una ley vigente que regule lo relativo a las relaciones comerciales llevadas a cabo por medios electrónicos, recientemente se aprobó el Decreto Ejecutivo 40703-MEIC denominado "*Reforma al Decreto Ejecutivo 37899-MEIC del 08 de julio de 2013, Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor, Ley 7472*", publicado en el Alcance Digital 256 a la Gaceta 201 del 25 de octubre de 2017.

Con dicho Decreto se adiciona un nuevo capítulo al reglamento de la LPCDEC, mediante el cual se introduce la protección al consumidor dentro del ámbito del comercio electrónico a nivel reglamentario, y el cual se procede a estudiar a continuación.

a. Decreto Ejecutivo 40703-MEIC mediante el cual se adiciona el capítulo denominado "*Sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico*" al Reglamento de la LPCDEC.

i. Ámbito de aplicación

El Decreto rige las relaciones entre los comerciantes y los consumidores en el ámbito del comercio electrónico, considerándose que el incumplimiento a las disposiciones establecidas en este capítulo configuraría una infracción al artículo 34 de la LPCDEC.

ii. Deber de informar

Se establece la obligación del comerciante de informar al consumidor de forma: "*(...) cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible*", en torno a su: "*(...)*"

*verdadera identidad, especificando su ubicación geográfica principal, nombre o razón social, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, teléfono, correo electrónico y demás puntos de contacto, información adecuada del registro del nombre del dominio para los sitios web que estén promoviendo o que participen en transacciones comerciales con consumidores y cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes.*¹³⁶

Además, el comerciante debe de informar sobre su pertenencia a programas de autorregulación, asociación empresarial, organización de resolución de controversias u otro organismo, con el fin de que el consumidor pueda contactar directamente al organismo respectivo.

Asimismo, se establece el deber del comerciante de informar de forma: “(...) clara, precisa, fácilmente accesible, en un lenguaje sencillo y fácil de comprender acerca de los bienes y servicios ofrecidos”¹³⁷, de modo que el consumidor pueda tomar una decisión informada, además tiene el deber de informar de forma clara y completa acerca de los términos y condiciones de las transacciones.

En cuanto al precio, se regula la obligación de informar al consumidor sobre el precio total de los bienes o servicios adquiridos, el cual incluirá los costos adicionales, por costos adicionales se entienden: “(...) los tributos, los gastos de transporte, entrega, servicios postales y cualquier otra comisión, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir (...).”¹³⁸

¹³⁶ Artículo 247 del Reglamento a la LPCDEC.

¹³⁷ *Ibid.*, artículo 249.

¹³⁸ *Ibid.*, artículo 251.

También, se considera la selección previa de cualquier prestación, así como, la contratación automática de cualquier tipo de prestación sucesiva o recurrente, como un engaño en la suscripción por parte del empresario, pues se está atando una venta en perjuicio del consumidor, siendo este último quien debe seleccionar libremente y de manera inequívoca las prestaciones que desee incorporar al contrato.¹³⁹

Aspecto relevante es la regulación respecto del momento y lugar donde se perfecciona el contrato electrónico. El momento de perfeccionamiento es desde que se recibe la aceptación de la propuesta o de las condiciones con que ésta fuere modificada, en cuanto al lugar de celebración del contrato, estos se tienen por realizados en el lugar del domicilio del consumidor.¹⁴⁰

iii. Plazo para la entrega del bien

El artículo 258 regula lo relativo al plazo para la entrega del bien o prestación del servicio adquirido, debiendo el empresario respetarlo bajo pena de tener por incumplido el contrato con la obligación de devolver al consumidor la suma de dinero pagada.

En caso de no informar sobre el plazo de entrega del bien o servicio, se entiende que se cumplirá dentro de las 24 horas posteriores a la realización del

¹³⁹ Artículo 252 del Reglamento a la LPCDEC.

¹⁴⁰ *Ibid.*, artículo 254.

contrato, lo cual podría considerarse un plazo considerablemente reducido si se aplica a transacciones transfronterizas.¹⁴¹

iv. Mecanismo de reclamos

El consumidor tiene la posibilidad de plantear quejas y reclamos al comerciante, para ello este último deberá establecer un mecanismo gratuito, transparente, eficaz de fácil acceso y uso, e informarle al consumidor los plazos de respuesta, que deberán ser razonables.¹⁴²

D. Regulación de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.

Al respecto, se destaca la aprobación de dos instrumentos claves que tienen como objetivos primordiales armonizar, unificar y garantizar la seguridad jurídica en el Derecho mercantil internacional, como los son, la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico, aprobada en el 29° período de sesiones celebrada en 1996, y la Ley Modelo sobre Firmas Electrónicas, aprobada en el 34° período de sesiones celebrado en 2001, de la Organización de las Naciones.

i. Ley Modelo sobre Comercio Electrónico

El principal objetivo de esta Ley Modelo es armonizar y unificar de forma progresiva el derecho mercantil internacional, y garantizar la seguridad jurídica en el contexto del procesamiento automático de datos a nivel transnacional,

¹⁴¹ Artículo 258 del Reglamento a la LPCDEC.

¹⁴² *Ibid.*, artículo 259.

pretendiendo brindar un marco de condiciones mínimas para este tipo de transacciones.

La necesidad de su creación surge por la diversidad de la legislación existente, la cual tiende a generar incertidumbre, que a su vez conlleva un obstáculo al desarrollo del comercio electrónico, con ella se pretende establecer los parámetros que deben de cumplir los mensajes de datos para que tengan igual validez que los documentos físicos.

Esta Ley Modelo es considerada una propuesta valiosa para ser tomada en cuenta por los Estados que no tienen una legislación en la materia, o para aquellos que deseen actualizar la que tienen vigente. A pesar de lo anterior, Costa Rica no ha considerado adoptar una normativa especial que establezca un marco regulatoria que permita desarrollar mayor confianza para los comerciantes y consumidores que participan del comercio electrónico.

ii. Ley Modelo sobre Firmas Electrónicas

La Ley Modelo de Firmas Electrónicas es considerada un complemento de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico, y tiene como objetivo primordial reducir la incertidumbre en relación con la utilización de las técnicas de identificación y el valor jurídico que se les otorga a estas.

En el caso de Costa Rica se cuenta con la Ley 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos, del 30 de agosto del 2005, la cual resulta aplicable a toda transacción y acto jurídico, público o privado, salvo

disposición legal en contrario, o que la naturaleza o los requisitos particulares del acto o negocio concretos resulten incompatibles.

E. Instrumentos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

La OCDE aprobó, el 9 de diciembre de 1999, la Recomendación Relativa a los Lineamientos para la Protección al Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico, y el 11 de junio de 2003 aprobó las Directrices para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas.

Al respecto, se justifica realizar un repaso de las Recomendaciones y Lineamientos indicadas, pues, Costa Rica se encuentra actualmente en proceso de incorporación a la OCDE, en efecto recientemente el Comité de Políticas al Consumidor aprobó el ingreso de Costa Rica a dicha Organización.¹⁴³

Asimismo, como parte de las medidas tomadas por el Estado costarricense para la protección del consumidor es la creación del Observatorio de Comercio Electrónico el cual: *“(...) monitorea sitios Web con el objetivo de detectar prácticas comerciales fraudulentas y publicidad engañosa y busca desarrollar campañas de sensibilización en materia de comercio electrónico. En caso de ser necesario, se emiten prevenciones, para corregir la información; si el comercio no cumple se*

¹⁴³ Uno de los aspectos tomados en cuenta por el Comité de Políticas al Consumidor fue la reciente reforma parcial que se hizo al Reglamento de la LPCDEC sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico.

*inicia un proceso de denuncia ante la Comisión Nacional del Consumidor, que podría acarrear la imposición de multas a la empresa.*¹⁴⁴

También, se pretende crear el Sistema Nacional de Protección al Consumidor con el fin de establecer mecanismos claros de coordinación entre los reguladores, sociedad civil y la Dirección de Apoyo al Consumidor -en adelante DAC-, así como plantear reformas legislativas a la LPCDEC y con ello introducir algunas mejoras.¹⁴⁵

i. Recomendación del Consejo de la OCDE Relativa a los Lineamientos para la Protección al Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico

Esta recomendación tiene como objetivo generar una relación más equilibrada entre empresarios y consumidores, para ello se establecen como aspectos medulares implementar la coordinación internacional para intercambiar información relevante así como sistemas efectivos de reparación del daño en operaciones transfronterizas.

¹⁴⁴ EVELYN ARROYO SANTAMARÍA, OCDE avala acciones de costa Rica en protección al consumidor, *Ministerio de Economía, Industria y Comercio*, accesado el 10 de agosto de 2018, <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/886/ocde-avala-acciones-de-costa-rica-en-proteccion-al-consumidor.php>

¹⁴⁵ Alguna de esas reformas son: protección al consumidor financiero; ampliación del periodo de garantía y mejora de las condiciones para aplicarla; mayores poderes para la CNC que incluyen dotar a sus resoluciones de fuerza ejecutiva; aumento del monto de las multas que puede imponer la CNC; conformación de una lista de árbitros para controversias de consumo, integrada por personas con reconocida experiencia en la materia; brindar a la CNC capacidad para representar en sede judicial los intereses difusos y colectivos de los consumidores. EVELYN ARROYO SANTAMARÍA, OCDE avala acciones de costa Rica en protección al consumidor, *Ministerio de Economía, Industria y Comercio*, accesado el 10 de agosto de 2018, <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/886/ocde-avala-acciones-de-costa-rica-en-proteccion-al-consumidor.php>

Los lineamientos buscan alentar la confianza del consumidor mediante mecanismos transparentes y efectivos que reduzcan las conductas fraudulentas, engañosas o desleales en línea, todo con la cooperación de gobiernos, empresarios y consumidores.

Los principios generales desarrollados son: I) Protección transparente y efectiva, II) Equidad en las prácticas empresariales, publicitarias y de mercadotecnia, III) Información en línea, IV) Procedimiento de confirmación, V) Pagos, VI) Solución de controversias y reparación del daño, VII) Privacidad, VIII) Educación y concientización.

Como se observa, el lineamiento número VI es el que establece los principios aplicables a la solución de controversias y la reparación del daño, dicho lineamiento se subdivide en dos partes: a. Ley y jurisdicción aplicables, y b. Mecanismos alternativos para la resolución de disputas y reparación del daño.

En relación con la ley y jurisdicción aplicable se señala que, las transacciones transfronterizas se rigen por el marco legal vigente de acuerdo con la ley aplicable y la competencia judicial, pero se recomienda la modificación de ese marco legal o aplicarlo de manera diferente con el fin de brindar una efectiva y transparente protección al consumidor electrónico.

Sobre los mecanismos alternativos para la resolución de disputas y reparación del daño, se menciona que el acceso a estos mecanismos debe ser fácil y sin costo o cargos indebidos, todo con el fin de brindar un mecanismo justo

y oportuno en el resarcimiento y resolución de disputas, optando por la utilización de las tecnologías de la información.

ii. Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas

Esta recomendación surge en virtud de las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas transfronterizas y sus efectos nocivos sobre los consumidores y la confianza en el comercio electrónico.

En primer lugar, se reconoce la desventaja que tiene la legislación existente, pues, responde a un comercio eminentemente nacional, y que no siempre brinda una respuesta a los nuevos escenarios.

Asimismo, se considera necesario un marco común para desarrollar mayores niveles de cooperación entre entidades encargadas de velar por la defensa de los derechos de los consumidores, ello con el fin de enfrentar el fraude y el engaño. Dentro de las principales recomendaciones se destacan:

- La creación y mantenimiento de un marco legal efectivo, y de agencias encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes.
- Que las agencias encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes de protección al consumidor posean autoridad suficiente para obtener y conservar evidencia suficiente con el fin de investigar y tomar medidas oportunas contra el fraude.
- El desarrollo de mecanismos para cooperar y compartir información entre las agencias estatales competentes.

- Identificar obstáculos legales para una cooperación transfronteriza efectiva y considerar los cambios necesarios que requiera la legislación.
- Educar a los consumidores en torno a las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas.
- Buscar la forma para que las agencias estatales utilicen evidencias, sentencias y órdenes de ejecución emitidas por las agencias de otros países.

Asimismo, se establecen principios generales para la cooperación internacional entre las agencias encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes de protección al consumidor, así como la notificación, intercambio de información, asistencia en investigaciones y confidencialidad.

También, en lo que respecta al resarcimiento del consumidor se busca propiciar sistemas efectivos de resarcimiento transfronterizo, para ello se establece que los países miembros estudien el efecto

Finalmente, con el fin de cumplir las metas establecidas en las Directrices se debe buscar la cooperación con proveedores, sector privado y organizaciones de consumidores, instituciones financieras y órganos encargados de nombres de dominio.

CAPÍTULO III. LA RESOLUCIÓN ALTERNA DE CONFLICTOS EN LÍNEA Y SU APLICACIÓN EN CONTRATOS ELECTRÓNICOS

Este último capítulo se ha dividido en dos secciones, la primera trata sobre los aspectos generales de los mecanismos RAC, realizando primeramente un acercamiento a los principales métodos aplicados en esta materia (negociación, mediación, conciliación y arbitraje).

Lo anterior a partir del análisis de la regulación RAC en conflictos de consumo a nivel del Derecho europeo, específicamente se verán las dos principales Directivas en materia de resolución alternativa de litigios de consumo, también, se estudia la regulación española y la costarricense relativa a dichos mecanismos.

Por otra parte, en la sección segunda se estudia RAC en línea y su aplicación en conflictos en la contratación electrónica, así como las principales características de las plataformas RAC en línea, es decir, la negociación automatizada, la negociación asistida, la mediación y el arbitraje en línea.

Finalmente, se estudia la regulación emanada de la UE, de los mecanismos RAC en línea aplicados a conflictos de consumo, en específico del Reglamento sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo, para luego analizar estado actual de los métodos RAC en línea en Costa Rica.

Sección I. Aspectos generales sobre los mecanismos de resolución alterna de conflictos

A lo largo de la historia los seres humanos han convivido a través de distintas formas de organización social, siendo en la actualidad la democracia el sistema de organización política más utilizado por los países occidentales, con tres poderes públicos que se distribuyen funciones, el poder legislativo, el ejecutivo y el judicial.

Como en toda organización social compuesta por seres humanos, es normal la aparición de disputas que requieren una solución que pueda poner fin a estas, siendo por la tanto necesario la búsqueda de una salida al conflicto¹⁴⁶, y que, además, la decisión adoptada sea acatada por las partes y por terceros, en ese sentido es el Poder Judicial el encargado de resolver con autoridad de cosa juzgada dichas disputas.

Ahora bien, las dinámicas sociales y económicas requieren de una respuesta ágil, eficiente y razonable frente a conflictos con características singulares que ponen a prueba los sistemas judiciales, y su obligación de asegurar el derecho de acceso a la justicia para todos aquellos que lo requieran, el cual dicho sea de paso se considera un derecho de carácter fundamental.

¹⁴⁶ *“El conflicto es una forma de crecimiento humano. Un desacuerdo entre dos o más personas que aprecian de manera diferente una situación y se consideran amenazadas en sus intereses, sus necesidades, sus opiniones o sus valores. Se le conoce con otros nombres como por ejemplo: impedimento, problema, dificultad, obstáculo. El conflicto se concibe como una situación negativa pues la asociamos con la idea de disputa, pleito o enfrentamiento que nos impide establecer relaciones bajo valores de respeto, igualdad, tolerancia y justicia.”*, “Introducción a los métodos de resolución alterna de conflictos”, Ministerio de Justicia y Paz de la República de Costa Rica, accesado el 09 de abril de 2017, <http://www.mjp.go.cr/Documento/DescargaDIR/1217>

Bajo esa inteligencia es que de acuerdo con CAIVANO (citado por ARIAS SOLANO, 2001) los problemas relacionados con el difícil acceso al sistema judicial así como la duración y costo de los procesos judiciales dio pie al inicio de un movimiento: *“(...) cuyos orígenes se remontan a la década del 70- tendiente a estimular la resolución de conflictos por mecanismos diferentes de la sentencia judicial. Este movimiento, identificado por las siglas “ADR” (Alternative Disputes Resolution) ha generado no solo una mayor utilización de los mecanismos alternativos considerados “tradicionales” (mediación y arbitraje), sino también la creación de numerosos mecanismos híbridos que han surgido de la necesidad de procurar mecanismos más eficientes cuando algunos de los otros no podían proporcionar una solución satisfactoria”.*¹⁴⁷

Así las cosas: *“Bajo el nombre de Resolución Alterna de Disputas (RAD) –o de conflictos, RAC– se incluye toda forma de resolución de conflictos que no pase por la sentencia judicial, el uso de la fuerza o el abandono del conflicto. Cabe mencionar entre ellos la negociación, mediación, conciliación, arbitraje tradicional y los nuevos arbitrajes, la evaluación previa, el minijudio, los expertos neutrales, y el ombudsperson, entre otros.”*¹⁴⁸

El origen de estos movimientos de resolución alterna a la vía jurisdiccional ocurre en la década de los setenta en los Estados Unidos de América: *“(...) fruto de una conciencia generalizada del fracaso del sistema estatal y de un movimiento denominado Critical Legal Studies. La incapacidad de la justicia de dar soluciones*

¹⁴⁷ RANDALL ARIAS SOLANO, *Acceso a la Justicia y resolución de conflictos en Costa Rica: La experiencia de las Casas de Justicia* (San José: Ministerio de Justicia y Gracia, 2001), 33.

¹⁴⁸ GLADYS STELLA ÁLVAREZ, *La mediación y el acceso a justicia* (Buenos Aires: Runinzal-Culzoni, 2003), 21.

*efectivas a los problemas jurídicos, por causas económicas, lentitud, incremento del litigio y por procesos excesivamente formalistas, fueron la semilla que provocó la germinación del movimiento.*¹⁴⁹

Es en virtud de lo anterior que se idearon diversos métodos que tienen como objetivo la salida alterna a la vía judicial, y que se aplican a conflictos de diversa índole, así por ejemplo conflictos vecinales, laborales, comerciales, civiles, de consumo, entre otros. Estos métodos RAC han sido divididos en dos grandes vertientes o vías, según sea el sujeto al que le corresponda dar solución al problema planteado.

Así las cosas, por un lado se tiene la vía autocompositiva: *“(..)* que se caracteriza porque son las propias partes (auxiliadas o no, por un tercero) quienes protagonizan el acuerdo. También se denomina no adversarial porque en ella las partes no compiten y se busca que todos los implicados ganen. Componen esta vía la Negociación, la Conciliación y la Mediación.”¹⁵⁰

Por otro lado, se tiene la denominada vía heterocompositiva, que: *“(..)* se caracteriza porque un tercero da la solución a las partes. También se denomina adversarial porque en ella las partes compiten y por tanto siempre hay un ganador y un perdedor. A ella pertenecen el Arbitraje y el Juicio.”¹⁵¹

¹⁴⁹ SERGIO ARTAVIA BARRANTES, *Comentarios a la Ley de arbitraje y conciliación (Ley RAC) y normativa sobre arbitraje (nacional e internacional)* 2da edición (Costa Rica: Editorial Jurídica DUPAS, 2007), 1-2.

¹⁵⁰ HELENA NADAL SÁNCHEZ, “La mediación: una panorámica de sus fundamentos teóricos”, *Revista Eletrônica de Direito Processual* n° 5 (2010), accesado el 05 de agosto de 2017, <http://vlex.com/vid/mediacion-panoramica-fundamentos-teoricos-216271721>

¹⁵¹ *Ibid.*

Dentro de los objetivos de estos mecanismos de RAC se encuentran: *“Mitigar la congestión de los tribunales; reducir el costo de la resolución de los conflictos; reducir la demora en la resolución de los conflictos; incrementar la participación de la comunidad en los procesos de solución de conflictos; facilitar el acceso a la justicia; suministrar a la sociedad formas más efectivas de resolución de disputas.”*¹⁵²

Además, de acuerdo con la aproximación que se realice, estos mecanismos pueden ser clasificados de la siguiente manera:¹⁵³

Aproximación	Tipo
Adjudicataria	<ul style="list-style-type: none"> • Arbitraje vinculante
Orientativa	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación neutral temprana • Juicio privado • Minijuicios • Juicios de jurado sumarios • Arbitraje no vinculante
Investigativa	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación neutral de hechos • Evaluación por especialistas
Asistida	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación • Mediación • Conciliación
Negociada	<ul style="list-style-type: none"> • Por intereses • Por posiciones
Preventiva	<ul style="list-style-type: none"> • Cláusulas RAC • Generación de consensos • Negociación de reglas • Solución conjunta de problemas

¹⁵² GLADYS STELLA ÁLVAREZ, *La mediación y el acceso a justicia* (Buenos Aires: Runinzal-Culzoni, 2003), 21.

¹⁵³ RANDALL ARIAS SOLANO, *Acceso a la Justicia y resolución de conflictos en Costa Rica: La experiencia de las Casas de Justicia* (San José: Ministerio de Justicia y Gracia, 2001), 33.

Para efectos del presente trabajo de investigación, se delimita el estudio de estos mecanismos a cuatro de ellos: la negociación, la mediación, la conciliación y el arbitraje, los cuales se verán de seguido.

1. Generalidades sobre la negociación, mediación, la conciliación y el arbitraje.

A. La negociación

La negociación: *“(...) consiste en general en el hecho de plantear ante otro, de quien se quiere obtener una conducta, un resultado o una cosa, una serie de propuestas tendientes a que el mismo otorgue voluntariamente aquello que queremos, en razón de la superioridad de la alternativa que presentamos (...) Negociar es conciliar intereses (...)”*¹⁵⁴

Esta alternativa a la vía judicial encuentra diferentes referentes, así, por ejemplo, existe un reconocido modelo de negociación a nivel mundial que está basado en principios, el cual consiste en: *“(...) concentrarse en los intereses básicos, en opciones mutuamente satisfactorias, y en criterios justos, por lo general produce un acuerdo prudente. Le permite lograr un consenso gradual sobre una decisión común en forma eficiente, sin todos los costos transaccionales que implica atrincherarse en posiciones que más tarde tendrá que abandonar. Y la separación de las personas y el problema le permite entenderse con el otro*

¹⁵⁴ ENRIQUE FALCÓN, *Sistemas alternos de resolver conflictos jurídicos* (Santa Fe: Rubinzal-Culzoni, 2012), 95.

*negociador como ser humano, en forma directa y con empatía, haciendo posible un acuerdo amistoso.*¹⁵⁵

Sin embargo, también se debe de reconocer que la aplicación de estos mecanismo no puede ser utilizado de forma indiscriminada en cualquier conflicto, es así como: *“(...) no todas las disputas se pueden –ni deben- resolver conciliando intereses. Los procedimientos basados en los derechos y en el poder frecuentemente se utilizan cuando no son necesarios.*¹⁵⁶

B. La mediación

La mediación puede ser concebida como el mecanismo mediante el cual se busca poner fin a un conflicto: *“(...) a través de un acuerdo entre las partes al que se llega tras una etapa de negociación en la que un mediador intenta aproximar las posiciones entre ellas e, incluso, propone posibles acuerdos, sin que, en ningún caso, se pretenda la imposición de la solución al conflicto.*¹⁵⁷

Uno de los aspectos que caracterizan esta técnica, y que la diferencian de otras, es el rol que desempeña el mediador durante el proceso, pues este es: *“(...) un sujeto ajeno a las partes en conflicto, neutral e imparcial que pretende ayudar y guiar a estas en orden a alcanzar un acuerdo que sea aceptado por ambas. (...) El valor y objetivo fundamental de la mediación es promover el acuerdo; el mediador*

¹⁵⁵ ROGER FISHER Y WILLIAM URY, *Si de acuerdo 5ta reimpresión* (Colombia: Editorial Colombia Nueva Limitada, 1991), 20.

¹⁵⁶ GLADYS STELLA ÁLVAREZ, *La mediación y el acceso a justicia* (Buenos Aires: Runinzal-Culzoni, 2003), 21.

¹⁵⁷ JOSÉ MANUEL BUSTO LAGO, “Mecanismos extrajudiciales de resolución de los conflictos de consumo”, *Universidad de A Coruña*, accesado el 04 de septiembre de 2017, http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_11690_1.pdf

está ahí para que las partes lo consigan manteniendo el equilibrio entre ambas, preservando su igualdad en la negociación.”¹⁵⁸

Para NADAL SÁNCHEZ la mediación tiene dos objetivos esenciales: *“(…) por una parte, sustituir la idea de que el conflicto es algo destructivo por la idea de que puede ser un proceso constructivo e incluso positivo y por otra, restablecer la comunicación ya que es la única vía de solución del problema y a la vez el elemento que más se deteriora en un conflicto.”¹⁵⁹*

Respecto de los beneficios o ventajas de la mediación como alternativa a la resolución de conflictos se ha dicho que: *“(…) se cumplen mejor y con más constancia los acuerdos formulados por los propios participantes en la disputa que los impuestos por un tercero. Se comprueba así que tiene mayor sentido atenerse a un orden pactado que acatado.”¹⁶⁰*

Para ARIAS SOLANO la mediación puede ser catalogada como: *“(…) el método RAC de mayor prestigio a nivel mundial, ya que constituye la esencia de estos mecanismos. Esto por cuanto se parte de la premisa que una gran cantidad de conflictos, en virtud del proceso de escalada y espiral del conflicto, las personas pierden la capacidad de comunicarse de forma directa, por lo que deben*

¹⁵⁸ JOSÉ MANUEL BUSTO LAGO, “Mecanismos extrajudiciales de resolución de los conflictos de consumo”, *Universidad de A Coruña*, accesado el 04 de septiembre de 2017, http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_11690_1.pdf

¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ HELENA NADAL SÁNCHEZ, “La mediación: una panorámica de sus fundamentos teóricos”, *Revista Eletrônica de Direito Processual* n° 5 (2010), accesado el 05 de agosto de 2017, <http://vlex.com/vid/mediacion-panoramica-fundamentos-teoricos-216271721>

*acudir a un tercero imparcial que colabore con ellos en la búsqueda de una solución del problema.*¹⁶¹

De acuerdo con STELLA ÁLVAREZ en la actualidad existen tres modelos de mediación:¹⁶²

Modelo	Características
Universidad de Harvard	Se ve la mediación como negociación colaborativa facilitada por un tercero basada en los intereses, procurando el mayor grado de satisfacción de los intereses y necesidades de las partes. Se considera el conflicto como un obstáculo para la satisfacción de los intereses y necesidades de las partes por lo que se trabaja colaborativamente con ellas para que encuentren la forma de satisfacerlas.
Narrativo o circular	Este es una variante del anterior método, la mediación es considerada un acto comunicacional, en donde el mediador considera el conflicto como la narración de una historia conflictiva en la que cada parte tiene su versión. La función del mediador consiste en intervenir para la creación junto con las partes de una nueva historia en común.
Transformativo	Es la antítesis del Modelo de Harvard, pues este no se enfoca en el acuerdo, sino en mejorar la relación entre las partes a través del desarrollo moral. Esto mediante el empoderamiento de la persona sobre sus problemas y la toma de conciencia por los problemas de los demás.

En síntesis, de lo visto anteriormente se puede definir la mediación como un sistema de resolución de conflictos en donde las partes se dan su propia solución con la ayuda de un tercero imparcial.

¹⁶¹ RANDALL ARIAS SOLANO, *Acceso a la Justicia y resolución de conflictos en Costa Rica: La experiencia de las Casas de Justicia* (San José: Ministerio de Justicia y Gracia, 2001), 43-44.

¹⁶² GLADYS STELLA ÁLVAREZ, *La mediación y el acceso a justicia* (Buenos Aires: Runinzal-Culzoni, 2003), 127-135.

C. La conciliación

El tercer método RAC que se aborda es la conciliación, lo primero a señalar es que esta se clasifica como una vía autocompositiva donde el tercero ajeno al conflicto cuenta con más facultades de intervención para intentar su resolución.

La conciliación puede ser definida como: *“(...) un proceso en el que las partes, con intervención de un tercero, intentan aproximar sus puntos de vista con objeto de ofrecer una solución al litigio que tienen planteado. La función del conciliador, no es resolver las diferencias, sino componer y ajustar el ánimo de quienes se encuentran enfrentados y mantienen posiciones contrarias, sin que se le atribuyan facultades para imponer decisión alguna a las partes en conflicto.”*¹⁶³

Se discute si existe o no alguna diferencia esencial entre la mediación y la conciliación, pues ambas técnicas encuentran algunas semejanzas, en ese sentido para BUSTO LAGO: *“La diferencia esencial radica en el papel atribuido al mediador y al perfil profesional de este.”*¹⁶⁴

Finalmente, la conciliación se puede llevar a cabo tanto dentro como fuera de un eventual proceso judicial, la que ocurre dentro de un proceso judicial suele conocerse como conciliación judicial, mientras que la ocurrida fuera de este se le llama conciliación extrajudicial.

¹⁶³ JOSÉ MANUEL BUSTO LAGO, “Mecanismos extrajudiciales de resolución de los conflictos de consumo”, *Universidad de A Coruña*, accesado el 04 de septiembre de 2017, http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_11690_1.pdf

¹⁶⁴ *Ibid.*

D. El arbitraje

Como cuarto método RAC a estudiar se tiene el arbitraje, este es: *“(...) una negociación entre las partes, pero que queda resumida en el "laudo" que dicta el árbitro como solución del conflicto. Este laudo arbitral puede ser de obligado cumplimiento o servir de recomendación para las partes. El Arbitraje es un proceso voluntario, privado y donde no se elige al árbitro (quien necesariamente ha de tener conocimientos sobre el tema).¹⁶⁵*

Para ALONSO PUIG: *“El arbitraje, como sistema de resolución de conflictos basado en la voluntad de las partes de someterse a él, debe satisfacer la confianza depositada por aquellas, que esperan ver definitivamente resuelta su controversia por un tercero imparcial. Es, en cumplimiento de esta misión, como fórmula alternativa a los tribunales ordinarios, otorgando las mismas garantías que estos pero con las ventajas que le son propias, cómo el arbitraje se ha desarrollado y debe seguir desarrollándose.”¹⁶⁶*

A nivel nacional, ARTAVIA BARRANTES lo define como: *“(...) un proceso de carácter jurisdiccional -no judicial-, mediante el cual las partes eligen, en forma privada, a unos sujetos que fungirán como árbitros, para la solución de una*

¹⁶⁵ HELENA NADAL SÁNCHEZ, “La mediación: una panorámica de sus fundamentos teóricos”, *Revista Eletrônica de Direito Processual* nº 5 (2010), accesado el 05 de agosto de 2017, <http://vlex.com/vid/mediacion-panoramica-fundamentos-teoricos-216271721>

¹⁶⁶ JOSÉ MARÍA ALONSO PUIG, “Transparencia en la designación de árbitros y la prevención de conflictos de intereses”, *Revista Jurídica de Castilla y León*, accesado el 11 de enero de 2018, <http://www.jcyl.es/revistajuridica>

controversia, y cuya decisión la ley impone como obligatoria y le confiere los efectos de cosa juzgada.”¹⁶⁷ El arbitraje suele clasificarse de la siguiente forma:¹⁶⁸

Tipo de arbitraje	Definición
Vinculante	Las partes se obligan a acatar y cumplir lo que se decida en el arbitraje.
No vinculante	La decisión que tome el tercero imparcial no es vinculante, es decir las partes no se obligan a cumplir con lo que se decida.
De equidad	Las partes en conflicto acuerdan que el proceso de arbitraje se desarrollará con base en el principio de justicia y equidad.
Ad-hoc	Las partes designan a cualquier persona o personas para que actúen como árbitros de derecho o de equidad, vinculante o no, sin que estas formen parte de una lista de árbitros de una entidad autorizada.
Institucional	El árbitro o árbitros designados deben formar parte de una lista de una entidad autorizada para la administración de dichos procedimientos.

Otro de los aspectos a tomar en cuenta cuando las partes en conflicto acuerdan utilizar el arbitraje como mecanismo para la resolución de disputas, es lo relacionado con la ley aplicable.

En ese sentido, es importante indicar que no hay uniformidad de criterios para determinar cuál ley se aplica cuando se está frente a un arbitraje internacional, SANTOS BELANDRO (citado por AGUILAR, 2011) cita algunos de los criterios a utilizar: “1. *La Ley elegida por las partes*, 2. *La ley aplicable al contrato*.

¹⁶⁷ SERGIO ARTAVIA BARRANTES, *Comentarios a la Ley de arbitraje y conciliación (Ley RAC) y normativa sobre arbitraje (nacional e internacional)* 2da edición (Costa Rica: Editorial Jurídica DUPAS, 2007), 28.

¹⁶⁸ RANDALL ARIAS SOLANO, *Acceso a la Justicia y resolución de conflictos en Costa Rica: La experiencia de las Casas de Justicia* (San José: Ministerio de Justicia y Gracia, 2001), 49-51.

3. La ley procesal aplicable al procedimiento de arbitraje, 4. La ley del lugar donde se encuentra la sede del arbitraje.”¹⁶⁹

A modo de ejemplo en el caso de la compañía Amazon, se establece en sus términos y condiciones que: “(...) Al utilizar cualquier Servicio de Amazon, usted acepta que la Ley Federal de Arbitraje, la legislación federal aplicable y las leyes del estado de Washington, independientemente de los principios de conflicto de leyes, regirán estas Condiciones de Uso y cualquier controversia de cualquier clase que pudiera derivar entre usted y Amazon.”¹⁷⁰

Es decir, por lo general el consumidor no cuenta con la posibilidad de acordar con el empresario la legislación aplicable en caso de generarse algún conflicto, principalmente por estar dicha relación jurídica regida por un contrato de adhesión.

Una vez vistos los mecanismos RAC más usuales en la materia, se procede a continuación a estudiar su aplicación en los conflictos de consumo.

2. Aplicación de los mecanismos de resolución alterna en los conflictos de consumo

El presente trabajo de investigación se enfoca en la aplicación de la negociación, mediación, conciliación y arbitraje, como métodos RAC utilizados para la resolución de conflictos de consumo, pues: “En la práctica de la resolución

¹⁶⁹ Fernando Aguilar, *Manual práctico de arbitraje privado*, (Buenas Aires: Heliasta, 2011), 33.

¹⁷⁰ “Condiciones de uso”, Amazon, accesado el 01 de septiembre de 2018, https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=ap_register_notification_condition_of_use?ie=UTF8&nodeId=508088

de diferendos, los diversos MASC (métodos alternativos de solución de controversias) —principalmente la negociación, la conciliación, la mediación y el arbitraje— han demostrado ser modos efectivos de sortear los referidos inconvenientes de los procedimientos judiciales de una forma flexible, veloz y que implica soportar costos menores.”¹⁷¹

En ese sentido, la aplicación de métodos RAC surgidos entre un consumidor y un empresario tiene dentro de sus objetivos: “(...) *La búsqueda de nuevos modelos que no disuadan a los consumidores del ejercicio de sus derechos debido a la complejidad o los costes de los procesos judiciales tradicionales, sobre todo en los conflictos de escasa cuantía, ha llevado a esas llamadas vías alternativas que complementan el sistema judicial.*”¹⁷²

Es decir, el consumidor enfrenta obstáculos en el sistema judicial para que se atiendan de forma adecuada sus reclamos o demandas ante eventuales violaciones a sus derechos por parte de los empresarios, al respecto se dice que: “*La insatisfactoria respuesta de los sistemas judiciales tradicionales en lo referente, sobre todo a los litigios de menor relevancia económica, hacía plantearse la mejora del acceso de los consumidores a la justicia.*”¹⁷³

Ahora bien, la aplicación de los mecanismos RAC en los conflictos de consumo cuenta con serie de particularidades, tanto por la singularidad del

¹⁷¹ NURIA GONZÁLEZ MARTÍN y MARÍA MERCEDES ALBORNOZ, “Comercio Electrónico, Online Dispute Resolution y Desarrollo”, *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías* n° 12 (2014), accesado el 18 de agosto de 2017, <http://dx.doi.org/10.15425/redecom.12.2014.12>

¹⁷² LETICIA GARCÍA VILLALUENGA, *Mediación, arbitraje y resolución extrajudicial de conflictos en el siglo XXI*, (Madrid: Reus, 2010), 115.

¹⁷³ *Ibid.*, 113.

conflicto jurídico que se somete a dichos métodos, como por los sujetos que integran la relación jurídica en conflicto –consumidor o usuario y empresario-.

En primer lugar, resulta necesario señalar que los mecanismos RAC en conflictos de consumo pretenden ser una alternativa a la judicialización de los conflictos, y brindar una respuesta ágil, económica y sencilla, a las diferencias surgidas en una relación de consumo.

Se afirma que es ágil porque se intenta brindar una solución oportuna al conflicto, evitando con ello la judicialización del mismo, y todas las implicaciones que ello conlleva, como, por ejemplo, que la resolución del proceso tome una cantidad considerable de tiempo, convirtiendo a los consumidores en víctimas de la mora judicial.

Es una alternativa que resulta económica para el consumidor, pues así este evita incurrir en los altos costos que conlleva la interposición de un proceso judicial, especialmente si la parte contra la cual debe accionar se encuentra fuera de la jurisdicción a la que tiene acceso el consumidor, tal como ocurre en algunos casos de comercio electrónico transfronterizo.

Por último, los métodos RAC se pueden considerar como mecanismos sencillos que no requieren intervención de patrocinio letrado, y cuyo acceso al consumidor le debería permitir plantear sus reclamos sin ningún tipo de obstáculo formal que desincentive el acudir a esta vía.

Así las cosas, en países como España, y acorde con el impulso otorgado desde el seno de la UE, se ha creado un sistema de resolución alterna de

disputas, que en la actualidad se rige por el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, y el cual será analizado más adelante, con el cual pretende cumplir con las características supra mencionadas.

En dicho país, el establecimiento y organización de dicho sistema es una competencia exclusiva del Estado por considerarse el arbitraje un equivalente jurisdiccional, lo cual no impide que de acuerdo con los Estatutos Autónomos y Leyes de transferencia de competencia, las comunidades autónomas emitan gran cantidad de regulación como decretos, órdenes y resoluciones sobre el sistema arbitral de consumo, que para efectos del presente trabajo de investigación no se analizaran.¹⁷⁴

A modo de ejemplo, en materia de mediación se dice que: *“(...) las Comunidades Autónomas tienen competencia plena para regular la mediación de consumo y, de hecho, alguno de los recientes Estatutos de Autonomía se atribuye la competencia exclusiva sobre “la regulación de los procedimientos de mediación”.*¹⁷⁵

Por su parte, la Comisión de las Comunidades Europeas, recomienda que, para la solución extrajudicial de litigios en materia de consumo, el órgano estatal competente respete los principios de Independencia, transparencia, contradicción,

¹⁷⁴ DIANA MARCOS FRANCISCO, “El arbitraje de consumo como medio extrajudicial de resolución de conflictos en la normativa española”, Revista de Derecho Universidad Católica del Norte, año 18, n° 1, (2011), accesado el 29 de mayo de 2017,

http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search*/El+arbitraje+de+consumo+como+medio+extrajudicial+de+resoluci%C3%B3n+de+conflictos+en+la+normativa+espa%C3%B1ola/WW/vid/452522570

¹⁷⁵ EDUARDO VÁZQUEZ DE CASTRO, La mediación en materia de consumo. Características y elementos del debate (Madrid: Editorial Reus, 2010), 204.

eficacia, legalidad, libertad, representación, así como la publicación de un informe anual sobre las decisiones dictadas.¹⁷⁶

Así las cosas, con el objetivo de analizar la regulación y aplicación de los mecanismos RAC en disputas surgidas entre consumidores y empresarios, a continuación se analizan los principales instrumentos regulatorios que existen dentro del ámbito de estudio del presente trabajo de investigación, EU, España y Costa Rica.

3. Regulación de la resolución alterna de conflictos de consumo

A. Regulación europea

a. 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) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo)

La 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, tiene como objetivo regular los métodos RAC en materia de consumo a nivel europeo, y se adopta como una medida para garantizar los más altos niveles de protección de los consumidores.

¹⁷⁶ JOSÉ MANUEL BUSTO LAGO, “Mecanismos extrajudiciales de resolución de los conflictos de consumo”, *Universidad de Castilla la Mancha*, accesado el 11 de diciembre de 2017, http://www.uclm.es/actividades0809/cursos/edc/docs/JoseManuelBusto_4.pdf

Se quiere con ella brindar el acceso a una vía eficaz, rápida y asequible, para resolver litigios nacionales y transfronterizos, y fortalecer así la confianza del consumidor en el mercado. Al respecto se indica que dicho acceso: *“(…) debe garantizarse tanto para las transacciones en línea como para las que no lo son, siendo especialmente importante cuando los consumidores compran en otro país.”*¹⁷⁷

Asimismo, dicha Directiva busca crear una regulación coherente, pues a pesar de los avances en la UE en materia de consumidor, se señalan aún algunas falencias indicándose que: *“(…) los mecanismos de resolución alternativa de litigios no se han establecido correctamente ni funcionan satisfactoriamente en todas las áreas geográficas o sectores empresariales de la Unión. Los consumidores y los comerciantes siguen sin conocer las vías de recurso extrajudicial, ya que solo un pequeño porcentaje de ciudadanos sabe cómo presentar una reclamación ante una entidad de resolución alternativa de litigios («entidad de resolución alternativa»). En los casos en que existen procedimientos de resolución alternativa de litigios («procedimientos de resolución alternativa»), sus niveles de calidad varían de forma considerable entre los Estados miembros, y con frecuencia las entidades de resolución alternativa no tramitan de forma eficaz los litigios transfronterizos.”*¹⁷⁸

¹⁷⁷ Considerando (4) de la 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) n o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

¹⁷⁸ *Ibid.*, considerando (5).

Estos problemas de divulgación e implementación impactan de forma directa en el crecimiento del comercio electrónico, pues genera desconfianza, especialmente en comercio electrónico transfronterizo, debido a que ante un eventual conflicto con el empresario, probablemente el litigio no se resolverá de manera ágil y oportuna.

Ahora bien, un aspecto de vital importancia es que la existencia de un sistema RAC no debe concebirse como un sustituto ni impedir el acceso a la vía judicial, inclusive en el supuesto de un fracaso de la resolución alterna, lo anterior en respeto al Derecho a la tutela judicial efectiva consagrado en el artículo 47 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE.¹⁷⁹

Parte de las recomendaciones que se realizan en la presente Directiva es la utilización de estos mecanismos de resolución alterna en todos los Estados miembros de la UE, pero en especial en aquellos países con un alto grado de mora judicial, con riesgo de violentar el derecho a la resolución del caso en un plazo razonable.

Dos aspectos claves que se proponen en la Directiva, y que tienen un efecto sobre el procedimiento de resolución alterna, es en primer lugar que estos deberán ser preferiblemente gratuitos para el consumidor, y en los casos en que se cobren costas, deberán ser accesibles y no superar una cuota mínima, en segundo lugar es el tiempo de finalización del procedimiento, fijando un plazo de

¹⁷⁹ Considerando (45) de la 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) n o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

noventa días naturales desde el momento en que se interpone el reclamo para tener un resultado.¹⁸⁰

i. Objetivo de la Directiva

De conformidad con lo establecido en el artículo primero, el objetivo de la Directiva es garantizar que los consumidores puedan plantear reclamos contra comerciantes ante entidades que efectúen procedimientos de resolución alterna de litigios de forma independiente, imparcial, transparente, rápida y justa.

ii. Ámbito de aplicación

La aplicación objetiva y subjetiva de la Directiva se delimita en su artículo segundo, donde se indica que la misma rige: *“(...) los procedimientos de resolución extrajudicial de litigios nacionales y transfronterizos relativos a obligaciones contractuales derivadas de contratos de compraventa o de prestación de servicios entre un comerciante establecido en la Unión y un consumidor residente en la Unión, mediante la intervención de una entidad de resolución alternativa de litigios (en lo sucesivo, «entidad de resolución alternativa»), que propone o impone una solución o que reúne a las partes con el fin de facilitar una solución amistosa.»*¹⁸¹

¹⁸⁰ Artículo 8 de la 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) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

¹⁸¹ *Ibid.*, artículo 2.1.

Se destaca que el ámbito de aplicación subjetivo la Directiva se dirige a dos sujetos, por un lado, el comerciante establecido en la UE¹⁸², y por otro el consumidor residente en la UE, es decir, en ambos casos se requiere una relación directa de los sujetos en conflicto con la UE.

Por otra parte, el ámbito de aplicación objetivo de la Directiva son aquellas obligaciones contractuales derivadas de un contrato de compraventa o de prestación de servicios.¹⁸³

En caso de existir alguna disputa, se mencionan dos tipos de litigios, por un lado se tiene el conflicto de carácter nacional y por otro el de carácter transfronterizo.

El primero ocurre cuando la orden de pedido se realiza desde la misma residencia en la que se encuentra establecido el comerciante, en cambio el transfronterizo ocurre cuando no hay coincidencia en la residencia desde la que el consumidor realiza el pedido con el lugar en donde se encuentra establecido el comerciante.

¹⁸² De acuerdo con el inciso 2 del artículo 4 de la 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) n o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo), un comerciante está establecido: *“si es una persona física, allí donde tenga su lugar de actividad, si es una empresa u otro tipo de persona jurídica o una asociación de personas físicas y jurídicas, allí donde tenga su domicilio social, su administración central o su lugar principal de actividad, incluida una sucursal, una agencia u otro tipo de establecimiento.”*

¹⁸³ De acuerdo con el artículo 2.2 se excluye la aplicación de la Directiva en los siguientes supuestos: 1) En los procedimientos donde la persona encargada de resolver haya sido contratada exclusivamente por el comerciante; 2) En los procedimientos de sistemas de reclamación de los consumidores gestionados por el comerciante; 3) En los servicios no económicos de interés en general; 4) En los litigios entre comerciantes; 5) En la negociación directa entre el consumidor y el comerciante; 6) A los litigios judiciales; 7) En los procedimientos iniciados por un comerciante contra un consumidor; 8) En los servicios relacionados con la salud; 9) En los prestadores públicos de enseñanza complementaria o superior.

iii. Procedimiento de resolución alterna

La Directiva define RAC como: “(...) un procedimiento contemplado en el artículo 2, que es conforme con los requisitos establecidos en la presente Directiva y que es tramitado por una entidad de resolución alternativa (...)”¹⁸⁴

Es decir, es un procedimiento que busca dirimir una controversia relacionada con las obligaciones producto de un contrato de compraventa de bienes o servicios suscrito entre dos sujetos con las características previamente mencionadas, y que además se ajusta a una serie de líneas generales que se dictan en la Directiva.

Aspecto clave es la regulación del principio de transparencia que se realiza en el artículo 7, el cual permite a los Estados miembros velar que las entidades RAC, pongan a disposición de los usuarios información clara y fácilmente comprensible.¹⁸⁵

¹⁸⁴ Artículo 4 de la 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) n o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

¹⁸⁵ Concretamente la información que debe estar disponible al público es: “a) las señas, entre ellas la dirección postal y la dirección de correo electrónico; b) el hecho de estar incluidas en la lista a tenor del artículo 20, apartado 2; c) las personas físicas encargadas de la resolución alternativa de litigios, el método utilizado para su nombramiento y la duración de su mandato; d) los conocimientos especializados, la imparcialidad y la independencia de las personas físicas encargadas de la resolución alternativa de litigios, en caso de que estén empleadas o sean retribuidas exclusivamente por el comerciante; e) su participación en redes de entidades de resolución alternativa que facilitan la resolución de litigios transfronterizos, si procede; f) los tipos de litigios que entran dentro de su competencia, con inclusión, en su caso, del posible umbral aplicable; g) las normas de procedimiento por las que se rige la resolución de un litigio y los motivos por los cuales la entidad de resolución alternativa puede negarse a tratar en un determinado litigio de conformidad con el artículo 5, apartado 4; h) las lenguas en las que pueden presentarse las reclamaciones a una entidad de resolución alternativa y en las que se desarrolla el procedimiento de resolución alternativa; i) los tipos de normas que puede utilizar la entidad de resolución alternativa como base para la resolución del litigio (por ejemplo, normas jurídicas, consideraciones de equidad, códigos de conducta); j) todo requisito preliminar que las partes deben cumplir antes de que pueda iniciarse un procedimiento de resolución alternativa, incluido el

En tanto, el artículo 8 de la Directiva regula lo relativo a la eficacia del procedimiento de resolución alterna, siendo tarea de los Estados miembros velar por este aspecto y que se cumplan los requisitos allí establecidos.¹⁸⁶

En materia de divulgación de información se marca una vía clara sobre la labor que deben llevar a cabo los Estados en cuanto a vigilar que los comerciantes informen al consumidor sobre la entidad o entidades de resolución alterna que den cobertura a dichos comerciantes.¹⁸⁷

Finalmente, se encarga a la Red de Centros Europeos del Consumidor¹⁸⁸ velar por que en los: “(...) *contratos transfronterizos de compraventa o de servicios, los consumidores puedan obtener asistencia para acceder a la entidad*

requisito de que el consumidor intente resolver el asunto directamente con el comerciante; k) si las partes pueden o no retirarse del procedimiento; l) los posibles costes que deberán asumir las partes, incluidas en su caso las normas para la atribución de las costas al final del procedimiento; ES 18.6.2013 Diario Oficial de la Unión Europea. m) la duración media del procedimiento de resolución alternativa; n) el efecto jurídico del resultado del procedimiento de resolución alternativa, incluidas las sanciones por incumplimiento en caso de decisión con efecto vinculante para las partes, si procede; o) la fuerza ejecutiva de la decisión de resolución alternativa de litigios, si procede.”

¹⁸⁶ Dentro de los que se pueden citar: que el procedimiento de resolución alternativa exista y sea fácilmente accesible, tanto en línea como no, para ambas partes, independientemente del lugar donde se encuentren; que las partes no estén obligadas a ser asistidas por letrado o asesor jurídico; que el procedimiento sea gratuito o se preste a cambio de un precio simbólico para los consumidores; que el resultado del procedimiento de resolución alterna se dé a conocer en un plazo de 90 días.

¹⁸⁷ Artículo 13 de la 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) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

¹⁸⁸ La Red de Centros Europeos del Consumidor es una Red de Centros del Consumidor en la UE, Islandia y Noruega que provee información sobre derechos del consumidor y asiste en la resolución de disputas cuando el consumidor y el comerciante involucrados están en dos países europeos diferentes. En dichos centros pueden explicarle al consumidor sus derechos, ayudarle a resolver una disputa con un vendedor cuya base se encuentra en otro país de la Unión Europea (o Islandia o Noruega), así como indicarle a quién contactar si ellos no pueden ayudarle.

*de resolución alternativa que opere en otro Estado miembro que sea competente para intervenir en su litigio transfronterizo.*¹⁸⁹

B. Regulación española

De conformidad con la protección que otorga al consumidor el artículo 51 de la Constitución Política Española, es necesaria la existencia de un procedimiento eficaz que proteja la seguridad, salud e intereses legítimos y económicos de los consumidores.¹⁹⁰

Es mediante Real Decreto 231/2008 de 15 de febrero por el que se crea el Sistema Arbitral de Consumo -en adelante RDSAC- se crea el Sistema Arbitral de Consumo –en adelante SAC- cuyo propósito es: *“(...) tratar de proporcionar mayor seguridad jurídica y homogeneidad al sistema, al reglamentar de manera directa asuntos como: las materia que pueden ser objeto de este arbitraje, las normas aplicables a la actividad de las Juntas Arbitrales de Consumo, la admisibilidad de la reconvencción, el papel de la mediación en el procedimiento arbitral, etc., todos los cuales habían sido objeto de controversias interpretativas; y además regula con novedad el arbitraje de consumo electrónico y el arbitraje de consumo*

¹⁸⁹ Artículo 14 de la 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) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

¹⁹⁰ Para dar cumplimiento a dicha disposición existen diversas instancias administrativas, entre ellas, la Agencia española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) quien es la encargada de ejercer las funciones de promoción y fomento de los derechos de los consumidores, guiar al consumidor para resolver conflictos y reclamos, ya sea acudiendo a las instancias administrativas pertinentes o a los Tribunales de Justicia.

*colectivo*¹⁹¹. A continuación se procede a estudiar los principales aspectos regulados en el RDSAC.

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

El SAC es definido de acuerdo con el artículo 1.2 como: “(...) *el arbitraje institucional de resolución extrajudicial, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de los conflictos surgidos entre los consumidores o usuarios y las empresas o profesionales en relación a los derechos legal o contractualmente reconocidos al consumidor.*”

En cuanto al éxito de la aplicación del arbitraje institucionalizado para resolver conflictos de consumo se dice que: “(...) *el arbitraje de consumo es en España la figura estrella de la resolución de conflictos en el ámbito de consumo y las juntas arbitrales vienen cosechando un gran éxito.*”¹⁹²

Dentro de las principales ventajas que obtiene el consumidor al presentar su conflicto para que sea resuelto en el SAC se encuentran:¹⁹³ 1) La celeridad: el laudo ha de dictarse en el plazo de seis meses¹⁹⁴; 2) Privacidad: se pretende que el conocimiento de la controversia no trascienda más allá de las partes implicadas; 3) Especialización de conocimientos que se requiere para solventar la contienda; 4) La gratuidad: esto a diferencia del proceso judicial que conlleva gastos y costas.

¹⁹¹ IGNACIO JOSÉ CUBILLO LÓPEZ, *Cuestiones actuales sobre la protección de los consumidores: tutela penal, civil y arbitral* (España: Civitas, 2010), 276.

¹⁹² EDUARDO VÁZQUEZ DE CASTRO, *La mediación en materia de consumo. Características y elementos del debate* (Madrid: Editorial Reus, 2010), 26.

¹⁹³ *Ibid.*

¹⁹⁴ De conformidad con una reciente reforma legislativa este plazo se redujo a 90 días.

i. Ámbito de aplicación y competencia

Sobre la definición de la competencia para conocer las solicitudes individuales de arbitraje, es el artículo 8 el que define los supuestos de competencia. En primer lugar se establece en dicho numeral el común acuerdo de las partes para definir la Junta Arbitral de Consumo; en ausencia de acuerdo será competente la Junta Arbitral territorial en la que tenga su domicilio el consumidor, salvo exista limitación territorial en la oferta pública de adhesión.

La competencia de la Junta Arbitral se activa por instancia del consumidor, pues: *“(...) para que una contienda pueda solventarse a través de este sistema, parece que deberá iniciarse necesariamente por el consumidor o usuario, y nunca por el empresario o profesional (...) el comienzo de este procedimiento se configura de modo unidireccional a cargo del consumidor, y versará sobre las pretensiones relativas a sus derechos.”*¹⁹⁵

ii. Organización del sistema arbitral de consumo

El SAC está compuesto por las Juntas Arbitrales de Consumo¹⁹⁶, la Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo¹⁹⁷, el Consejo General del Sistema Arbitral de Consumo¹⁹⁸ y los órganos arbitrales.

¹⁹⁵ IGNACIO JOSÉ CUBILLO LÓPEZ, *Cuestiones actuales sobre la protección de los consumidores: tutela penal, civil y arbitral* (España: Civitas, 2010), 290.

¹⁹⁶ De conformidad con el artículo 5 del RDSAC las Juntas Arbitrales de Consumo se definen como: *“(...) los órganos administrativos de gestión del arbitraje institucional de consumo y prestan servicios de carácter técnico, administrativo y de secretaría, tanto a las partes como a los árbitros.”* Algunas de las funciones a cargo de las Juntas Arbitrales de Consumo se encuentran: a) fomentar el arbitraje de consumo, b) resolver sobre las ofertas públicas de adhesión y conceder o retirar el distintivo de adhesión, c) dar publicidad de las empresas o profesionales adheridos al SAC, d) elaborar y actualizar la lista de árbitros, e) impulsar y gestionar los procedimientos arbitrales de consumo, f) cualquier actividad relacionada con el apoyo y

Sobre estos últimos, pueden ser unipersonales o colegiados, y: "(...) son los competentes para decidir sobre la solución de los conflictos."¹⁹⁹; en cuanto a los unipersonales les corresponde conocer de aquellos asuntos en que las partes así lo acuerden, o cuando el presidente de la Junta Arbitral de Consumo lo acuerde, siempre que la cuantía sea inferior a 300 euros, y el asunto no sea de alta complejidad.²⁰⁰

De acuerdo con el artículo 20 del RDSAC los órganos colegiados, que se integran por tres árbitros, conocerán en todos aquellos supuestos no previstos en el artículo 19, asimismo los miembros serán elegidos cada uno de ellos entre los

soporte de los órganos arbitrales. En cuanto a la composición de la Juntas Arbitrales, de conformidad con el artículo 7 del RDSAC las mismas están integradas por su presidente y el secretario quienes son designados por la administración de la que dependa la Junta.

¹⁹⁷ De acuerdo con el artículo 9 del RDSAC, la Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo es: "(...) un órgano colegiado, adscrito funcionalmente al Instituto Nacional del Consumo a través de la Junta Arbitral Nacional, con competencia para el establecimiento de criterios homogéneos en el Sistema Arbitral de Consumo y la resolución de los recursos frente a las resoluciones de los presidentes de las Juntas Arbitrales de Consumo en los supuestos previstos en el artículo 36.". Asimismo, de conformidad con el artículo 11 del RDSAC, dentro de las competencias de la Comisión de la Juntas Arbitrales de Consumo se tienen: a) resolver los recursos que planteen las partes sobre la admisión o inadmisión a trámite de una solicitud de arbitraje; b) emitir informes técnicos, dictámenes o recomendaciones que sirvan de apoyo a los árbitros en el ejercicio de sus funciones; c) emisión del informe preceptivo en la admisión de ofertas públicas de adhesión limitada al SAC. Esta Comisión está compuesta por un presidente y dos vocales, el primero será el presidente de la Junta Arbitral Nacional y los segundos se eligen entre los presidentes de las Juntas Arbitrales Territoriales.

¹⁹⁸ En cuanto al Consejo General del SAC, el artículo 12 del RDSAC lo define como: "(...) el órgano colegiado, adscrito funcionalmente al Instituto Nacional del Consumo, de representación y participación en materia de arbitraje de consumo". El artículo 15 del RDSAC define las funciones del Consejo General del SAC, dentro de las cuales resaltan: a) el seguimiento, apoyo y las propuestas de mejora del SAC; b) la aprobación de la memoria anual del SAC; c) la aprobación de los programas comunes de formación de los árbitros y la fijación de los criterios de honorabilidad y cualificación para su acreditación; d) la elaboración de directrices generales sobre los supuestos de admisión de las ofertas públicas de adhesión limitada al SAC; e) la aprobación de planes estratégicos de impulso del SAC; f) la propuesta de convenios marco de constitución de las Juntas Arbitrales territoriales; g) la designación de los miembros no natos de la Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo; h) la habilitación de instrumentos que favorezcan la cooperación y comunicación entre las Juntas Arbitrales de Consumo y los árbitros; i) la edición y divulgación de los informes técnicos, dictámenes y recomendaciones de la Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo y de los laudos dictados por las Juntas Arbitrales de Consumo; j) el establecimiento de criterios homogéneos sobre la creación de órganos arbitrales sectoriales y especializados; k) el resto de las funciones previstas legal o reglamentariamente y, en su caso, las que le encomiende el Instituto Nacional del Consumo y la Conferencia Sectorial de Consumo.

¹⁹⁹ Artículo 18 del RDSAC.

²⁰⁰ *Ibid.*, artículo 19.

propuestos por la Administración, las asociaciones de consumidores y usuarios y las organizaciones empresariales o profesionales.²⁰¹

Respecto del planteamiento de reclamos y solicitudes de arbitraje, los consumidores cuentan con el apoyo de Asociaciones de Consumidores, oficinas Municipales de Información al Consumidor, y Direcciones Generales de Consumo de Comunidades Autónomas.²⁰²

iii. El convenio arbitral

El convenio arbitral es el medio a través del cual se expresa la voluntad de las partes de resolver mediante el SAC las controversias que puedan surgir, o hayan surgido en una relación jurídica de consumo. El convenio arbitral deberá constar por escrito. Cuando exista oferta pública de adhesión se entiende válidamente formada por la mera presentación de la solicitud.²⁰³

iv. Arbitraje electrónico

En el capítulo V denominado Disposiciones Especiales, se regula el arbitraje de consumo electrónico, entendido este como: *“(...) aquel que se sustancia íntegramente, desde la solicitud de arbitraje hasta la terminación del*

²⁰¹ De acuerdo con la Agencia española de consumo en la actualidad existe 1 Junta Arbitral Nacional de Consumo, 19 Juntas Arbitrales de consumo de Ámbito Autonómico, 11 Juntas Arbitrales de consumo de Ámbito Provincial, 3 Juntas Arbitrales de Consumo de Mancomunidad, 38 Juntas Arbitrales de Consumo de Ámbito Municipal., “Juntas arbitrales”, Agencia española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, accesado el 14 de abril de 2018, http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/consumo/ampliacion/Juntas_Arbitrales/juntas_arbitrales.htm

²⁰² La Agencia española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición cuenta en su página web con un resumen del trámite para solicitar el arbitraje ante la entidad administrativa competente: <http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/consumo/subseccion/tramitacion.htm>

²⁰³ Artículo 24 del RDSAC.

*procedimiento, incluidas las notificaciones, por medios electrónicos, sin perjuicio de que alguna actuación arbitral deba practicarse por medios tradicionales.*²⁰⁴

Las reglas para determinar la competencia de la Junta Arbitral encargada de conocer las solicitudes de arbitraje se prevén en el artículo 8 del RDSAC. En lo que respecta al lugar de celebración del arbitraje de consumo electrónico se establece en el artículo 55 que será aquel en el que tenga sede la Junta Arbitral de Consumo o la delegación territorial de la Junta Arbitral competente para conocer el procedimiento, salvo que en el laudo dictado figure un lugar distinto, en cuyo caso se entenderá como lugar de celebración del arbitraje aquel en el que se hubiese dictado el laudo.²⁰⁵

C. Regulación costarricense

En Costa Rica los métodos alternos a la vía judicial para resolver los conflictos encuentran asidero constitucional en el artículo 43 de la Constitución Política que establece el derecho de toda persona de acudir al arbitraje para la resolución de sus diferencias patrimoniales.

Al respecto la SALA CONSTITUCIONAL DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA ha indicado que: *“El contenido esencial de este derecho se traduce en la posibilidad o facultad de toda persona de elegir, para dirimir un conflicto de interés puramente patrimonial o disponible, entre la jurisdicción o tutela judicial (artículo 41 de la*

²⁰⁴ Artículo 5.1 del RDSAC.

²⁰⁵ A pesar de regularse expresamente la posibilidad de utilizar el arbitraje electrónico como mecanismo de resolución alterna, y cuya tramitación está cargo de los organismos administrativos competentes, de conformidad con el reciente Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en materia de consumo en línea, España no es parte de dicha plataforma europea, lo anterior porque no ha comunicado a la Comisión la aplicación plena de la Directiva sobre RAC en materia de consumo.

Constitución Política) y el arbitraje o, incluso, los otros modos de resolución alterna de conflictos. Esta facultad no se ve siquiera diezmada o restringida aunque penda de ser finalmente conocido y resuelto un litigio ante los Tribunales de la República. A partir de su núcleo esencial queda suficientemente claro que ninguna persona puede ser obligada a renunciar a someter una controversia de interés a un tribunal arbitral o compelido para ello, puesto que, se trata de un derecho de libertad para elegir entre los distintos modos de solución de un diferendo patrimonial.²⁰⁶

Asimismo, a nivel infra legal se regulan las figuras de la conciliación y el arbitraje en el Código Procesal Civil, el Código de Trabajo y en la misma LPCDEC. Además, el cuerpo normativo especializado en materia RAC es la Ley 7727, denominada Ley de Resolución Alterna de Conflictos y Promoción de la Paz Social –en adelante Ley RAC-, y que a continuación pasamos a analizar.

a. Ley 7727, Ley sobre Resolución Alterna de Conflictos y Promoción de la Paz Social

En Costa Rica el marco jurídico RAC se encuentra dado por la Ley 7727, la cual reconoce en su artículo 2 el derecho a toda persona de recurrir: *“(…) al diálogo, la negociación, la mediación, la conciliación, el arbitraje y otras técnicas similares, para solucionar sus diferencias patrimoniales de naturaleza disponible.²⁰⁷*

²⁰⁶ Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, resolución 11153-2007 de las 02:47 horas del 01 de agosto de 2007.

²⁰⁷ De acuerdo con la letra del artículo 3 de la Ley RAC, este derecho puede ser ejercido en cualquier momento, aún cuando exista un proceso judicial pendiente o inclusive cuando se haya dictado una

Algunas de las particularidades que establece la legislación respecto de estos procesos son: 1) Las partes tienen derecho a elegir a la persona que fungirá como mediador o conciliador; 2) Posibilidad de proponer una audiencia de conciliación en cualquier etapa de un proceso judicial; 3) Para la audiencia de conciliación judicial es necesaria la presencia del conciliador, las partes o sus apoderados, y sus abogados sí así lo solicitan las partes; 4) Cosa juzgada material de los acuerdos judiciales y extrajudiciales.

En cuanto a la utilización del arbitraje como técnica de resolución, se establece que debe de existir un acuerdo escrito, en donde se indique la forma en que se resolvería el conflicto -siempre y cuando lo acordado no se oponga a disposiciones prohibitivas o imperativas de la Ley RAC-.

El ámbito de aplicación del arbitraje es definido en el artículo 18 donde se establece que: *“(...) Podrán someterse a arbitraje las controversias de orden patrimonial, presentes o futuras, pendientes o no ante los tribunales comunes, fundadas en derechos respecto de los cuales las partes tengan plena disposición y sea posible excluir la jurisdicción de los tribunales comunes.”*

En cuanto a los tipos de arbitraje se distinguen dos, el de derecho y el de equidad, en caso de no ser definido por las partes, se presume que es de derecho²⁰⁸, en cuyo caso los árbitros tendrán obligatoriamente que ser abogados,

sentencia judicial y la misma se encuentre en firme, lo anterior mediante la celebración de un acuerdo entre las partes.

²⁰⁸ Artículo 19 de la Ley RAC.

por el contrario si es de equidad puede ser integrado por cualquier persona sin importar la profesión.²⁰⁹

Algunas de las características para el proceso arbitral establecidas en la Ley RAC son: 1) En los arbitrajes de derecho el tribunal estará integrado únicamente por abogados, en caso de los arbitrajes de equidad cualquier persona puede integrar el tribunal; 2) Posibilidad de someter el conflicto a una entidad dedicada a la administración de procesos arbitrales, o someterlo a tribunal ad-hoc; 3) Posibilidad de seleccionar la ley sustantiva aplicable; 4) Obligación que el acuerdo conste por escrito, ya sea como acuerdo autónomo o parte de un convenio; 5) La integración del tribunal puede ser unipersonal o colegiado; 6) Las causas de recusación de los árbitros son las mismas que de los jueces; 7) El tribunal arbitral tiene competencia exclusiva para resolver objeciones sobre su propia competencia, así como para resolver objeciones respecto de la existencia y validez del acuerdo arbitral.

Dentro de los aspectos procesales que se pueden destacar en el procedimiento arbitral son los siguientes: 1) Facultad de las partes para elegir el procedimiento que regulará el proceso arbitral; 2) El idioma del arbitraje será el español; 3) El inicio del procedimiento arbitral se da con la fecha en que una parte comunica a otra mediante requerimiento; 4) Las partes deberán estar representadas o asesoradas por abogados; 5) El laudo arbitral se dicta por escrito, es vinculante y produce efectos de cosa juzgada material; 6) Posibilidad de acudir

²⁰⁹ Artículo 20 de la Ley RAC.

a otro proceso de solución de conflictos antes del dictado del laudo; 7) Contra el laudo sólo se pueden interponer recursos de nulidad y de revisión.

El capítulo IV de la Ley RAC regula lo relativo a la posibilidad de constituir entidades dedicadas a la administración institucional de los métodos RAC, ya sea a título oneroso o gratuito, previa autorización del Ministerio de Justicia y Paz- salvo los autorizados por ley especial- y el cual tiene bajo su potestad el control de dichos centros, por ello es que se crea mediante Decreto Ejecutivo 32152 la Dirección Nacional de Resolución Alternativa de Conflictos -en adelante DINARAC-.²¹⁰

Valga mencionar que un centro institucional dedicado a la administración de métodos alternos de solución de conflictos es aquel que se dedica habitualmente a estas tareas y no de forma ad-hoc.

En ese sentido, se destaca la existencia del Programa de Casas de Justicia, en la actualidad se encuentran inscritas ante la DINARAC un total de 18 Casas de Justicia, estas funcionan a través de un programa del Ministerio de Justicia y Paz.²¹¹

²¹⁰ De conformidad con el artículo 3 de su Reglamento de creación, la DINARAC tiene dentro de sus funciones: a) velar por el estricto cumplimiento de la Ley y del reglamento; b) autorizar los centros; c) autorizar la incorporación de neutrales a las listas de los centros; d) controlar y fiscalizar el ejercicio de la actividad de los centros; e) recibir y dar trámite a las quejas y denuncias; f) instruir y resolver en primera instancia el procedimiento sancionatorio contra los centros; g) llevar registro de los centros autorizados; h) llevar datos estadísticos; i) crear y desarrollar programas para promover la solución de conflictos.

²¹¹ Las Casas de Justicia son: *“(...) Centros de Resolución Alternativa de Conflictos vecinales, donde puede asistir la población para buscar una solución a sus problemas, con la ayuda de un mediador. A través del dialogo (sic) abierto pueden alcanzar un acuerdo legal y resolver sus diferencias sin necesidad de plantear demandas en los Tribunales de Justicia. En las Casas de Justicia el servicio es gratuito, los usuarios no tienen que pagar abogado ni incurrir en otros gastos. Trabajan y funcionan gracias a un “socio contraparte” quien da soporte a las actividades de las Casas pues cumplen con aspectos como: infraestructura, pago de director o directora de la Casa, así como los servicios básicos, por lo que son un eje de sostenibilidad del programa.”*, “Casas de

Dentro de los tipos de conflictos que se resuelven en las Casas de Justicia se encuentran los de consumo, siendo los más usuales los relacionados con el reconocimiento de la garantía de un producto adquirido, el cambio de producto por defecto de fábrica, incumplimiento de contrato por servicios médicos privados y arreglos de pago por productos adquiridos.²¹²

De acuerdo con los datos reportados por el Ministerio de Justicia y Paz, del año 2013 al 2017 se realizaron un total de 19.726 procesos de mediación en las Casas de Justicia relacionados con conflictos vecinales, de familia, de consumo y préstamos-deudas.

También, existen actualmente en el país un total de 28 Centros RAC²¹³, de los cuales 24 son Centros Privados y 4 corresponden a Centros RAC Gubernamentales (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Centro de Consumo del Ministerio de Economía Industria y Comercio, Centro de Mediación de la Asamblea Legislativa y Centro RAC Ministerio de Cultura y Juventud, estos dos últimos solo realizan procesos a lo interno de la institución).²¹⁴

Justicia”, Ministerio de Justicia y Paz, accesado el 26 de marzo de 2018, <http://www.mjp.go.cr/viceministeriopaz/DepenDinarac?nom=casas-justicia>

²¹² *Ibid.*

²¹³ Estos centros son: “(...) creadas exclusivamente para la administración institucional de métodos alternos para la solución de conflictos, o bien, la dependencia u oficina perteneciente a una entidad, por medio de la cual, ésta administra institucionalmente los citados métodos. Estos Centros deben estar autorizados por la Dirección Nacional de Resolución Alternativa de Conflictos.”, “Casas de Justicia”, Ministerio de Justicia y Paz, accesado el 26 de marzo de 2018, <http://www.mjp.go.cr/viceministeriopaz/DepenDinarac?nom=casas-justicia>

²¹⁴ “Centros RAC”, Ministerio de Justicia y Paz, accesado el 26 de marzo de 2018, <http://www.mjp.go.cr/viceministeriopaz/DepenDinarac?nom=centros>

Es decir, en materia de resolución alterna de conflictos de consumo existe un centro institucionalizado que funciona en la DAC, y que detallaremos a continuación.

b. Decreto Ejecutivo 32742 del 26 de julio de 2007, Manual de Procedimientos Centro de Resolución Alterna de Conflictos de Consumo Programa Casas de Justicia de la Dirección de Apoyo al Consumidor

Mediante Decreto Ejecutivo 32742 del 26 de julio de 2007 se aprueba el Manual de Procedimientos del Centro RAC de Consumo de la DAC, que viene a regular su funcionamiento como parte de la Plataforma de Apoyo al Consumidor.

Al respecto se establece un procedimiento sencillo, pues una vez admitida la denuncia, corresponde a dicho centro -entre otras cosas- iniciar el proceso de negociación telefónica (negociación a distancia), que será estudiado más adelante, así como atender y tramitar las solicitudes de mediación.

De conformidad con el artículo 5 del Reglamento, el procedimiento de conciliación se activa con la presentación de una denuncia ante la DAC, una vez ingresada la denuncia es asignada a un mediador quien evaluará si el caso cumple con las condiciones necesarias para ser sometida a una conciliación, de ser así se procede a elaborar la notificación para la audiencia de conciliación.²¹⁵

Es en esta etapa donde, de acuerdo con el artículo 8 se regulan cuatro supuestos para el archivo del expediente en la etapa de conciliación: a) Si las

²¹⁵ Artículo 7 del Decreto Ejecutivo 32742.

partes concilian; b) Si las partes concilian parcialmente (respecto a los puntos sobre los cuales no hubo acuerdo conciliatorio, se deberá trasladar el expediente a la CNC); c) Si las partes no concilian (se deberá trasladar el expediente a la CNC para que se inicie el procedimiento ordinario administrativo); d) Si la parte accionante desiste del procedimiento (se deberá trasladar el expediente a la CNC para que se inicie el procedimiento ordinario administrativo).

En lo que respecta a la conciliación y mediación como salidas alternativas de solución de conflictos llevadas a cabo en la DAC, se tiene que en el 2017 se archivaron un total de 823 expedientes por acuerdo conciliatorio, así como 855 'por acuerdo extraprocésal.²¹⁶ En el periodo que va del año 2012 al año 2016 la cantidad de casos archivado por mediación han sido los siguientes:²¹⁷

Año	Mediaciones
2012	1236
2013	1006
2014	1239
2015	1019
2016	1021
Total	5521

Como se observa en los datos expuestos, la aplicación de medidas alternativas –en este caso la mediación- permite que gran cantidad de casos se resuelvan sin la necesidad de recurrir al procedimiento administrativo ordinario de la Ley 6227, Ley General de la Administración Pública –en adelante LGAP-.

²¹⁶ MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO, Memoria Institucional 2017.

²¹⁷ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, "Resolución alterna de conflictos de consumo, la experiencia de la Plataforma de Atención al Consumidor", *Revista Judicial n° 123*, accesado el 07 de septiembre de 2018, https://escuelajudicialpj.poder-judicial.go.cr/images/bibliotecavirtual/Revista_Judicial_123.pdf

Sección II. La resolución alterna de conflictos en línea y su aplicación en la contratación electrónica

En esta última sección se analizará la aplicación de los mecanismos RAC en línea en conflictos de consumo surgidos en el ámbito de la contratación electrónica, para ello se conocerán las principales características de estas plataformas en línea, su regulación e implementación en la UE y España, así como su estado actual en Costa Rica.

1. Características de las plataformas de resolución alterna de conflictos en línea

Las plataformas RAC en línea, conocidas en inglés como “*Online Dispute Resolutions*” (ODR), o también como “*Ecommerce Alternative Dispute Resolutions*” (eADR), se consideran una herramienta útil para el consumidor en cuanto a: “*(...) qué hacer o a dónde recurrir si el vendedor o proveedor de un producto o un servicio en línea incumple total o parcialmente sus obligaciones, aunada a la gran preocupación por los desproporcionados costos que implicaría un eventual litigio en el extranjero. Es aquí donde entran en escena los novedosos mecanismos de Online Dispute Resolution (ODR), surgidos de la combinación del Alternative Dispute Resolution (ADR) y las modernas TIC. El ODR constituye una herramienta que cuenta con una amplia capacidad para contribuir a apuntalar la seguridad jurídica en el entorno electrónico.*”²¹⁸

²¹⁸ LETICIA GARCÍA VILLALUENGA, *Mediación, arbitraje y resolución extrajudicial de conflictos en el siglo XXI* (Madrid: Reus, 2010), 115.

Los mecanismos ODR vienen a ser el resultado de combinar la resolución alterna de disputas (ADR) con las tecnologías de la información –en adelante TIC-, siendo este último factor el elemento novedoso, pues tal y como lo indica VILALTA NICUESA (citada por GONZÁLEZ MARTÍN, 2014): *“Aunque algunos de dichos métodos toman como modelo inmediato un mecanismo tradicional de ADR—mediación o arbitraje en línea, por ejemplo—, otros tienen un mayor componente de novedad tecnológica —como la negociación automatizada, por ejemplo—. Por consiguiente, no existe una correspondencia total entre los mecanismos alternativos de solución de controversias implementados en forma presencial o los llevados a cabo en línea”*²¹⁹

Es importante mencionar que los mecanismos RAC en línea permiten resolver disputas surgidas tanto en el comercio tradicional, como en el comercio electrónico, sin embargo: *“(…) el ODR resulta ideal para lidiar con disputas originadas en línea —ya que serán estudiadas y resueltas en el mismo ambiente virtual en que nació la relación contractual entre las partes— y que presentan elementos de extranjería, especialmente si los contratantes están domiciliados en diferentes países y el monto en disputa no justifica afrontar el costo de viajes y asistencia jurídica en el extranjero. (...) Los mecanismos de ODR, aplicados a la solución de controversias derivadas del comercio electrónico, permiten que los contratantes tengan la certidumbre de que, por más que la cuantía de su reclamo*

²¹⁹ NURIA GONZÁLEZ MARTÍN y MARÍA MERCEDES ALBORNOZ, “Comercio Electrónico, Online Dispute Resolution y Desarrollo”, *Revista de Derecho comunicaciones y nuevas tecnologías*, accesado el 18 de agosto de 2017, <http://dx.doi.org/10.15425/redecom.12.2014.12>

*sea baja, pueden dar curso a un procedimiento extrajudicial confiable, económico y expedito, en el mismo ambiente en línea en el cual celebraron su transacción.*²²⁰

Algunas de las características generales que se pueden mencionar sobre RAC en línea son:²²¹

1. La simplificación en los procedimientos para obtener una solución al conflicto, es decir, se busca un mecanismo menos formalista.
2. Necesidad de contar con conexión a Internet, a pesar de ello no se requiere de una conexión simultánea de las partes.
3. Las partes no requieren reunirse cara a cara para realizar negociaciones, en ese sentido algunas plataformas de ODR brindan la posibilidad a los gestionantes para que ingresen sus mensajes a través de una plataforma de software.
4. La utilización de ODR podría presentar algunos riesgos o desventajas, ya que su aplicación puede resultar inadecuada para realizar negociaciones complejas.
5. Riesgo de violación al debido proceso, y una mala calidad de la justicia que se imparte, ello por una insuficiente negociación que permita a las partes ejercer sus derechos de forma amplia dentro del procedimiento.

²²⁰ NURIA GONZÁLEZ MARTÍN y MARÍA MERCEDES ALBORNOZ, “Comercio Electrónico, Online Dispute Resolution y Desarrollo”, *Revista de Derecho comunicaciones y nuevas tecnologías*, accesado el 18 de agosto de 2017, <http://dx.doi.org/10.15425/redecom.12.2014.12>

²²¹ SCHULTZ, THOMAS, GABIELLE KAUFMANN, DIRK LANGER, y VINCENT BONNET, “Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues”, *University of Geneva*, accesado el 11 de diciembre de 2016, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899079

Respecto de la utilización de las TIC en los instrumentos RAC, se mencionan a continuación algunas de sus aplicaciones concretas en la negociación, la mediación, la conciliación y el arbitraje.

A. Negociación automatizada

En este tipo de negociaciones quien efectúa el reclamo contacta a una institución tramitadora y presenta su solicitud, de seguido el proveedor de la negociación automatizada contacta a la otra parte, quien puede aceptar o rehusar someterse a la jurisdicción de la institución.²²²

Las partes entran en procedimiento de puja en la cual cada uno de ellos ofrece o demanda cierta cantidad de dinero, las propuestas realizadas son confidenciales y tampoco se comunican a la otra parte, finalmente cuando el monto de la oferta y la demanda están lo suficientemente cerca, el caso se resuelve por el monto promedio de ambas ofertas.²²³

B. Negociación asistida

En la negociación asistida la institución provee un sitio seguro y otras facilidades, pero no con servicio de negociación. En este tipo de negociación las partes tienen que alcanzar un acuerdo sin ninguna entidad externa que decida por ellos, ni siquiera una computadora, como en el caso de la negociación automatizada. El principal servicio del sistema para la resolución de disputas, es

²²² SCHULTZ, THOMAS, GABIELLE KAUFMANN, DIRK LANGER, y VINCENT BONNET, "Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues", *University of Geneva*, accesado el 11 de diciembre de 2016 http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899079

²²³ *Ibid.*

proveer software para establecer la comunicación, participando en discusiones, identificando y evaluando soluciones potenciales y escribiendo el acuerdo.²²⁴

C. Mediación en línea

La característica principal de los procedimientos de mediación en línea es facilitar la comunicación entre las partes y el mediador, y entre las partes mismas. Tal comunicación puede ser mejorada, o a veces empeorada, por las herramientas tecnológicas involucradas (chats, emails, videoconferencias). En la mediación en línea, el espacio real es reemplazado por el espacio virtual.²²⁵

D. Arbitraje en línea

Arbitraje en línea es un proceso conducido por Internet con la asistencia de un tercero humano. Este comparte similitudes y diferencias con el arbitraje tradicional. Así por ejemplo, las partes deben tener un acuerdo expreso para el arbitraje, el árbitro en línea debe de ser neutral, no hay interacción cara a cara, la tecnología juega el rol de una cuarta parte, y la notificación de la decisión arbitral es entregada en línea.²²⁶

Se puede definir este arbitraje en línea como aquel: *"(...) que busca solucionar conflictos entre proveedores y consumidores a distancia en cualquier parte del mundo sin importar la competencia por territorio, pero respetando las*

²²⁴ SCHULTZ, THOMAS, GABIELLE KAUFMANN, DIRK LANGER, y VINCENT BONNET, "Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues", *University of Geneva*, accesado el 11 de diciembre de 2016 http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899079

²²⁵ *Ibid.*

²²⁶ MARÍA MERCEDES ALBORNOZ y NURIA GONZÁLEZ MARTÍN, "Feasibility Analysis of Online Dispute Resolution in Developing Countries", *The University of Miami Inter-American Law Review* 44, n° 1, (2012): 39-61, accesado el 21 de enero de 2016, <http://www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/23645500>

*normas imperativas en el Estado que tramite el procedimiento arbitral virtual, así pues el arbitraje de consumo electrónico, lo podemos definir como aquel sometimiento de 2 o más partes en su carácter de empresario o proveedor y por la otra el usuario o consumidor que se encuentran inmersas en un conflicto, conforme a una operación cibernética y que solicitan la intervención de un tercero neutral llamado Árbitro que resolverá sus diferencias fundamentalmente en línea, teniendo los medios telemáticos a su alcance para el desahogo del procedimiento arbitral, en este orden de ideas, existirá un procedimiento arbitral virtual cuando los árbitros y las partes utilicen los avances tecnológicos telemáticos para ventilar sus actuaciones.*²²⁷

2. Regulación de la resolución alterna de conflictos de consumo en línea

A. Regulación europea

a. 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 consumo²²⁸

Como se ha visto, la UE se ha caracterizado por la búsqueda de altos niveles de protección al consumidor, para ello ha utilizado diversos instrumentos, ya sean Directivas o Reglamentos cuyo objetivo es alcanzar la protección eficaz, y

²²⁷ JOSÉ GUADALUPE STEELE GARZA, *Arbitraje de consumo: un largo camino hacia el arbitraje on-line internacional en Métodos alternos de solución de conflictos herramientas de paz y modernización de la justicia* (Madrid: Editorial Dykinson, 2011), 320.

²²⁸ También como parte de la implementación de la plataforma de resolución de litigios en línea se aprobó el Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1051 de la Comisión de 1 de julio de 2015, el cual regula, de conformidad con su artículo 1: “a) el impreso electrónico de reclamación; b) el ejercicio de funciones de la plataforma de resolución de litigios en línea (plataforma RLL); c) la cooperación entre los puntos de contacto de resolución de litigios en línea.”

procurando la armonización de las normas del derecho interno de cada uno de sus Estados miembros.

Además, en virtud del innegable crecimiento del comercio electrónico, se hace necesario proveer al consumidor de una herramienta que facilite la solución de conflictos surgidos entre este y los comerciantes, y que funcione como una alternativa voluntaria a la vía judicial.

Para ello se crea la Plataforma de Resolución de Litigios en Línea²²⁹ -en adelante PRL- esto mediante 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, que está a cargo de la Comisión Europea.

El mencionado Reglamento se aplica 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.”*²³⁰

Tal y como se observa, el Reglamento sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo se complementa a su vez con la Directiva 2013/11/UE del

²²⁹ Puede accederse a dicha plataforma a través del siguiente enlace: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=ES>

²³⁰ Artículo 1 del 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.

Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.²³¹

Así las cosas, la PRLI viene no solo a ser una ventanilla única para la recepción y canalización de los reclamos a los respectivos organismos RAC, sino que además puede utilizarse para la tramitación en línea del litigio, si así lo considera la entidad Estatal competente.

Dentro de las principales características con que cuenta la PRLI se pueden destacar las siguientes: 1) Posibilidad de elegir cualquiera de las lenguas oficiales de la UE; 2) Dispone de una herramienta de traducción automática; 3) Identifica qué organismos RAC tienen competencia para tramitar el asunto y lo refiere al que acuerden las partes; 4) Los organismos RAC pueden utilizar el sistema para tramitar el procedimiento totalmente en línea; 5) Las partes pueden solicitar que el resultado del procedimiento sea traducido por un traductor profesional; 6) Incorpora plazos para garantizar un proceso rápido.²³²

²³¹ En ese sentido, con relación a la aplicación conjunta de ambos instrumentos en materia RAC se dice que: *“Con el fin de facilitar el acceso a vías de recurso extrajudiciales eficaces para los litigios en materia de consumo derivados del comercio electrónico transfronterizo, en 2013 se adoptó a escala de la UE un marco jurídico integral sobre «resolución alternativa de litigios» y «resolución de litigios en línea». Dicho marco está en vigor desde 2016. Los dos instrumentos legislativos que establecen el marco están interconectados y son complementarios. Basada en el acceso de los consumidores a un panorama global de organismos de resolución alternativa de litigios de calidad, la plataforma de resolución de litigios en línea contribuye a reforzar la confianza de los consumidores y comerciantes a la hora de comprar y comerciar en línea, tanto en sus países como en el extranjero: los consumidores pueden resolver los litigios con los comerciantes que surgen de las transacciones en línea, de manera sencilla, rápida y económica, al tiempo que los comerciantes evitan costosos procedimientos contenciosos y mantienen buenas relaciones con los clientes.”*, “Informe de la comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en línea creada en virtud del Reglamento (UE) 524/2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo”, Comisión Europea, accesado el 11 de abril de 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0744&from=ES>

²³² *Ibid.*

i. Presentación del reclamo

El artículo 8 establece el procedimiento a seguir para presentar reclamaciones en la PRL, en ese sentido el primer paso consiste en llenar el formulario electrónico, en el cual deberá de aportar la siguiente información:

1. Indicación de si la parte reclamante es un consumidor o un comerciante.
2. Nombre y dirección de correo electrónico y ordinario del consumidor y del comerciante.
3. Nombre y dirección de correo electrónico y ordinario del representante de la parte reclamante, si procede.
4. Idioma o idiomas de la parte reclamante, si procede, así como de la parte reclamada, si se conoce.
5. Tipo de mercancía o de servicio a que se refiere la reclamación.
6. Indicación de si la mercancía o el servicio fue ofrecido por el comerciante y encargado por el consumidor a través de un sitio de internet o por otros medios electrónicos.
7. Precio de la mercancía o del servicio adquirido, y fecha de adquisición de la misma.
8. Indicación de si el consumidor ha entablado contacto directo con el comerciante.
9. Indicación de si el litigio está siendo o ha sido previamente examinado por una entidad de resolución alternativa o por un órgano jurisdiccional.
10. Tipo y descripción de la reclamación.

11. En caso de que la parte reclamante sea un consumidor, indicación de la entidad o las entidades de resolución alternativa que el comerciante esté obligado o se haya comprometido a utilizar con arreglo al artículo 13, apartado 1, de la Directiva 2013/11/UE, si se conocen.

12. En caso de que la parte reclamante sea un comerciante, indicación de la entidad o de las entidades de resolución alternativa que este se haya comprometido o esté obligado a utilizar.

De acuerdo con el último Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la PRL, emitido el 13 de diciembre de 2017, a través de la plataforma se puede acceder a más de trescientos organismos RAC de veintiséis Estados miembros.

Así las cosas, entre el 15 de febrero de 2016 y el 15 de febrero de 2017 se presentaron más de dos mil reclamaciones mensuales, por lo que se demuestra con estos datos que: *“(...) la plataforma ha alcanzado un nivel considerable de cobertura y aceptación; ilustran, además, que los consumidores y las empresas de la UE conocen bien la plataforma y están muy interesados en ella. En su primer año de funcionamiento, se presentaron 24 000 reclamaciones en la plataforma.”*²³³

ii. Tramitación y transmisión de reclamaciones

El artículo 9 del Reglamento regula la tramitación y transmisión de reclamos. El primer paso para la tramitación del reclamo es completar el formulario en su totalidad, lo anterior para que la plataforma proceda a transmitirlo en una de

²³³ “Informe de la comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en línea creada en virtud del Reglamento (UE) 524/2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo”, Comisión Europea, accesado el 11 de abril de 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0744&from=ES>

las lenguas oficiales de las instituciones de la UE, según la parte haya escogido el idioma.

En segundo lugar, corresponde que las partes acuerden la entidad RAC, para ello cuentan con plazo de treinta días naturales desde la presentación del formulario de reclamación, la primera propuesta deberá realizarla el reclamante.

En caso de existir acuerdo de las partes respecto del organismo RAC encargado de tramitar la disputa, este será notificado sin demora y de forma automática, el cual deberá informar, cuanto antes, su aceptación o negativa a tramitar el litigio de conformidad con el artículo 5, apartado 4, de la Directiva 2013/11/UE.

Definido el organismo encargado de la resolución del conflicto, este tendrá un plazo de noventa días, para resolver dicho procedimiento no es necesaria la comparecencia de las partes o de sus representantes.

Si no existiere acuerdo sobre la entidad RAC, o si la entidad se negare a tramitar el litigio, se pondrá fin a la tramitación de la reclamación, dirigiendo a las partes a un asesor RAC para valorar otras opciones.

Así las cosas, una vez visto el marco normativo general que regula la PRL, a continuación se procederá a estudiar el estado actual de la misma y los primeros resultados estadísticos obtenidos producto de su reciente implementación de acuerdo con el *“Informe de la comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en línea*

creada en virtud del Reglamento (UE) 524/2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo”.

iii. Estado actual de la plataforma europea de resolución de conflictos en línea

Como parte de las estadísticas relacionadas con la presentación de reclamos en el primer año de funcionamiento de la PRL, se tienen los siguientes datos.²³⁴

- Los sectores con mayor cantidad de reclamos son el de la ropa y el calzado (11,5%), los boletos de avión (8,5%) y los bienes de las tecnologías de la información y la comunicación (8%), que también representan los principales sectores del comercio electrónico de la UE.
- Las principales razones de los reclamos estaban relacionadas con problemas en la entrega de las mercancías (21%), falta de conformidad con el pedido (15%) y problemas con mercancías defectuosas (12%).
- Una tercera parte de las reclamaciones estaban relacionadas con cuestiones transfronterizas.

Además, Alemania y el Reino Unido son los dos países que registraron el mayor número de reclamaciones y en los que se sitúan la mayor parte de los comerciantes afectados.²³⁵

²³⁴ “Informe de la comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en línea creada en virtud del Reglamento (UE) 524/2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo”, Comisión Europea, accesado el 11 de abril de 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0744&from=ES>

También, se tiene que el 85% de los casos se cerraron en los treinta días posteriores a su presentación (es decir, en el plazo para que el consumidor y el comerciante acuerden un organismo RAC competente).²³⁶

En el 9% de los casos las reclamaciones fueron rechazadas por los comerciantes, sin embargo, alrededor del 6% indicó que habían establecido contacto directo con el consumidor y solucionado el problema o tenían previsto solucionarlo.²³⁷

Por su parte, en un 4% de los reclamos presentados las partes se retiraron del procedimiento de previo a recurrir a un organismo RAC específico, finalmente llama la atención que solo el 2% de los reclamos se presentaron ante un organismo RAC en concreto, de los cuales en la mitad se declararon incompetentes, o por la circunstancia de que el consumidor no se hubiese comunicado primeramente con el comerciante, lo anterior explica por qué el procedimiento RAC se utilizó en menos del 1% de los casos.²³⁸

²³⁵ “Informe de la comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en línea creada en virtud del Reglamento (UE) 524/2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo”, Comisión Europea, accesado el 11 de abril de 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0744&from=ES>

²³⁶ De acuerdo con el informe esto podría explicarse porque: “(...) aunque un gran número de comerciantes no siguió el proceso en la plataforma de resolución de litigios en línea hasta el final en el 40% de los asuntos en los que la reclamación presentada en la plataforma se cerró automáticamente, los comerciantes se habían puesto en contacto directamente con los consumidores para resolver el problema sin que la reclamación siguiera su curso en la plataforma. Por ello, incluso en esos casos hay que reconocer que la plataforma de resolución de litigios en línea ayuda a consumidores y comerciantes a resolver sus litigios, ya que el simple hecho de que los consumidores recurran a ella tiene un efecto preventivo en los comerciantes (...)”, *ibid.*

²³⁷ *Ibid.*

²³⁸ *Ibid.*

3. Estado actual de la resolución alterna de conflictos en línea en Costa Rica

El comercio electrónico en Costa Rica, mantiene un constante ritmo de crecimiento, día con día aumenta la cantidad de consumidores que efectúan compras en línea, en especial por el acceso a través de aplicaciones celulares.

Un ejemplo de lo anterior es que en el primer trimestre del 2018 la empresa Correos de Costa Rica entregó alrededor de doscientos diez mil paquetes provenientes de China y ciento ochenta mil paquetes de Estados Unidos de América, lo cual representó un incremento considerable en la compra de bienes en línea.²³⁹

Ahora bien, se pueden generar dudas en los consumidores respecto las reglas que aplican y el procedimiento a seguir para establecer reclamos por compras realizadas en línea, esto por un lado debido a la escasa educación en la materia y por otro a la ausencia de un marco normativo claro.

Lo anterior se agrava cuando la transacción se realiza con un comerciante domiciliado en el extranjero, pues a diferencia de lo que ocurre en la UE y España, Costa Rica no cuenta con una ley que regule el comercio electrónico.

A pesar de la ausencia regulatoria, ya existen en Costa Rica centros privados que brindan servicios RAC a distancia, así, por ejemplo, el Centro de Conciliación, Mediación y Arbitraje (TRAC) utiliza la firma digital y las

²³⁹ DAGOBERTO ALFARO, "Ticos cada día traen más cosas de China y de Estados Unidos", *Telenoticias*, 04 de abril, 2018, accesado el 13 de abril de 2018, <https://www.teletica.com/190514-ticos-cada-dia-traen-mas-cosas-de-china-y-de-estados-unidos>

videoconferencias, para tramitar procedimientos en materia laboral, de tránsito, pensiones, de consumo y otros²⁴⁰, el Centro Mediación, Balanza y Nivel JURISIS ofrece servicios de mediación en línea.²⁴¹

Es decir, a nivel privado y con la legislación vigente ya existen actualmente algunos centros RAC que utilizan las nuevas tecnologías en la tramitación de procedimientos RAC, teniendo como marco legal base la Ley RAC, y la Ley 8454 de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos.

En lo que respecta a entidades públicas, la DAC cuenta con un departamento denominado Plataforma de Atención al Consumidor –en adelante PACO–, que de conformidad con el artículo 23 del Reglamento 37457-MEIC, se encarga de: *“(...) atender integralmente al consumidor, por cualquier medio disponible, con la finalidad de reunir en su solo mecanismo de control todas las consultas, solicitudes de gestión, información y resolución de reclamos (...)”*.²⁴²

Concretamente, en lo que respecta a las competencias de esta oficina para aplicar mecanismos RAC se señala que corresponde a PACO: *“(...) g. Citar a las partes en conflicto a una audiencia de conciliación de conformidad con el artículo 55 de la Ley de la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y acorde a lo establecido en el capítulo II de la Ley 7727, sobre*

²⁴⁰ KARLA BARQUERO, “Ahora puede resolver conflictos en línea”, CR Hoy, 08 de junio de 2016, accesado el 13 de abril de 2017, <http://www.crhoy.com/archivo/ahora-puede-resolver-conflictos-en-linea/nacionales/>

²⁴¹ Según se indica en su página web la mediación en línea ocurre a través de: *“(...) sesiones virtuales, separadas o conjuntas, mediante los instrumentos tecnológicos adecuados y siguiendo las más estrictas normas éticas y de confidencialidad absoluta.”*, “Primer Centro de Mediación en Línea”, Centro Mediación, Balanza y Nivel JURISIS, accesado el 14 de abril de 2018, <http://www.jurisismediacion.com/mediacion-en-linea/>

²⁴² Decreto Ejecutivo 37457 del 02 noviembre de 2012, Reglamento a la Ley 6054, Ley Orgánica del Ministerio del Economía, Industria y Comercio.

*resolución alterna de conflictos y promoción de la paz social. h. Promover el desarrollo de mecanismos de resolución alterna de conflictos y en especial antes del inicio formal del procedimiento administrativo ante la Comisión Nacional del Consumidor.*²⁴³

Así las cosas, PACO se encarga de brindar asesoría a los consumidores, realiza la etapa de valoración de las denuncias, determina su admisibilidad, realiza la negociación a distancia, y el eventual proceso de conciliación, todo ello en relación con los reclamos planteados por los consumidores, en aquellos asuntos que son de su competencia,²⁴⁴ donde exista una posible violación de los derechos del consumidor y/o incumplimiento de los deberes de los comerciantes señalados en la LPCDEC.

Al respecto, señala GOÑI DÍAZ que PACO: *“(...) está llamado a promover la utilización de mecanismos de resolución alterna, para aquellos conflictos de consumo que versen sobre asuntos puramente patrimoniales de naturaleza disponible. Además impulsa un cambio actitudinal en la sociedad costarricense, tendiente a la búsqueda de soluciones pacíficas a los problemas en todas sus forma. Uno de sus objetivos específicos es impulsar la resolución de conflictos por la vía pacífica mediante la negociación a distancia y la conciliación, en procura de*

²⁴³ Decreto Ejecutivo 37457 del 02 noviembre de 2012, Reglamento a la Ley 6054, Ley Orgánica del Ministerio del Economía, Industria y Comercio.

²⁴⁴ No compete a PACO conocer de los siguientes asuntos: servicios públicos (agua, electricidad, transporte público, etc.), corresponde a la ARESEP; telecomunicaciones (servicio de telefonía celular, internet, televisión por cable, etc.) corresponde a la SUTEL; anulación de cláusulas abusivas o indemnización de daños y perjuicios, corresponde a la vía judicial; servicios municipales (recolección de basura, cementerios municipales, etc.) corresponde a la Defensoría de los Habitantes. “Preguntas frecuentes”, Ministerio de Economía Industria y Comercio, accesado el 07 de septiembre de 2018, <https://www.meic.go.cr/meic/web/104/consumidor/preguntas-frecuentes.php>

resolver de una forma más expedita las controversias de las personas consumidoras (...)."²⁴⁵

Con el objetivo de brindar una atención más célere en el trámite de las denuncias presentadas, PACO cuenta desde el 2015 con un sistema de denuncias en línea²⁴⁶ que funciona las veinticuatro horas del día, los trescientos sesenta y cinco días del año, y accesible desde cualquier parte del país a través del sitio web.²⁴⁷

El procedimiento que debe llevar a cabo el consumidor consiste en registrarse en el sistema de denuncias en línea, e ingresar la denuncia, para que seguidamente se inicie con la valoración de la admisibilidad de la misma.²⁴⁸

²⁴⁵ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, "Resolución alterna de conflictos de consumo, la experiencia de la Plataforma de Atención al Consumidor", *Revista Judicial n° 123*, accesado el 07 de septiembre de 2018, https://escuelajudicialpj.poder-judicial.go.cr/images/bibliotecavirtual/Revista_Judicial_123.pdf

²⁴⁶ Se puede acceder a dicho sistema en la dirección web: <https://denuncias1311.go.cr/Denuncias/frmLogin.aspx?ReturnUrl=/denuncias>

²⁴⁷ La guía para la presentación de denuncias está disponible en la dirección web: <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/cnc/manual1311v2.pdf>, la guía para subir documentos está disponible en la dirección web: <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/cnc/guiadocumento.pdf>

²⁴⁸ Los requisitos para interponer una denuncia son los siguientes: "*Datos del Consumidor: Nombre completo, número de cédula (pasaporte, cédula de residencia, etc.), teléfono, medio para recibir notificaciones del consumidor (o de quien le representa), puede señalar una dirección de correo electrónico. Datos del Comerciante: En caso de personas físicas se requiere el nombre completo y dos apellidos, número de cédula (pasaporte, cédula de residencia, etc.); en caso de personas jurídicas se requiere razón social, número de cédula jurídica; así como número de teléfono y dirección física exacta y actual donde puede ser notificado en este país el comercio denunciado o sus representantes, y que haya sido previamente corroborada como auténtica o real (art. 160 de-37899-MEIC). Hechos de la Denuncia: Explicación clara y precisa de los hechos denunciados, indicando específicamente qué tipo de contratación realizó con el comerciante denunciado, las fechas exactas (Días, Mes y Año) en que por primera vez tuvo conocimiento de cada uno de los incumplimientos y firma original del consumidor (o de quien le representa). Documentos de Prueba: Factura o comprobante de compra, Certificado o documento de prueba del plazo de Garantía otorgado al artículo y la(s) boleta(s) de ingreso del artículo al servicio (taller); o bien cuando proceda, el Contrato suscrito con el comerciante, publicidad, etc.*", "Requisitos mínimos para interponer una denuncia", Ministerio de Economía Industria y Comercio, accesado el 08 de septiembre de 2018, https://www.consumo.go.cr/tramites_servicios/denuncias.aspx

Superada la etapa de admisibilidad, se procede con la aplicación de una salida alterna que permita solucionar el conflicto, y evitar con ello que el mismo sea sometido al procedimiento administrativo ordinario que señala la LGAP.

De acuerdo con lo anterior, en primer lugar se intenta lo que se ha denominado una negociación a distancia, la misma está a cargo de funcionarios de PACO certificados en materia de mediación, y consiste en que se contacta al comerciante o proveedor a través de una llamada telefónica, o por medio del correo electrónico, con el objetivo de llegar a un acuerdo de resolución, si se logra se procede con el levantamiento de un acta con los detalles de la negociación y se archiva junto con la denuncia.²⁴⁹

Sobre la aplicación de la negociación a distancia en el departamento PACO y los beneficios que esta conlleva GOÑI DÍAZ señala las siguientes:²⁵⁰

- Ahorro en gastos de asistencia, representación y tiempo invertido en el proceso.
- Acerca los servicios de PACO a todo el país, lo cual resulta de especial importancia al tratarse de una oficina sin sucursales regionales.
- Como las partes no están presentes físicamente, se ven forzadas a concentrarse en el conflicto (se reducen hostilidades).

²⁴⁹ Decreto Ejecutivo 32742 del 26 de julio de 2007 se aprueba el Manual de Procedimientos del Centro de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo de la Dirección de Apoyo al Consumidor.

²⁵⁰ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, "Resolución alterna de conflictos de consumo, la experiencia de la Plataforma de Atención al Consumidor", *Revista Judicial n° 123*, accesado el 07 de septiembre de 2018, https://escuelajudicial.pj.poder-judicial.go.cr/images/bibliotecavirtual/Revista_Judicial_123.pdf

- Todas las partes están al mismo nivel, la posición social, el género, discapacidad y otros factores pierden importancia.
- Se limitan las presiones ambientales, temporales (las personas con menos poder se dejan intimidar menos).
- Les permite a las partes tomar tiempo para recuperarse de estados emocionales que pueden provocar escaladas del conflicto.
- Se cuenta con más tiempo para la negociación, presentación y análisis de propuestas.
- Ha reducido el tiempo de espera del público consumidor, pues las negociaciones tardan en promedio ocho días desde la fecha de presentación, mientras que en el procedimiento tradicional, el plazo de espera es significativamente mayor.

En lo que respecta a la aplicación de esta metodología RAC, durante el año 2017 se resolvieron un total de quinientos veinte reclamos a través de negociaciones a distancia (telefónicas).²⁵¹

Ahora bien, si se realiza una comparación entre la cantidad de casos resueltos por acuerdo telefónico en el 2017 con la cantidad de denuncias

²⁵¹ MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO, Memoria Institucional 2017.

ingresadas en ese mismo año, un total de cuatro mil cuatrocientos cincuenta²⁵², tenemos que por negociación a distancia se resolvieron el 11.68%.²⁵³

En lo que respecta a la cantidad de casos resueltos utilizando la negociación a distancia como mecanismo RAC en el periodo que va del año 2012 al año 2016 tenemos los siguientes datos:²⁵⁴

Año	Negociaciones
2012	529
2013	653
2014	520
2015	729
2016	738
Total	3169

Ahora bien, respecto de la negociación a distancia aplicada en PACO es necesario realizar algunas precisiones con el fin de determinar si el sistema de denuncias en línea se puede catalogar -de conformidad con las características estudiadas a lo largo de esta investigación- como una plataforma RAC en línea.

En primer lugar, es necesario señalar que, como aspecto previo para que PACO conozca de una denuncia, se requiere el cumplimiento de ciertos requisitos de carácter formal, uno de ellos es identificar al comerciante o proveedor contra el que se presenta el reclamo, concretamente se solicitan los siguientes datos: *“En caso de personas físicas se requiere el nombre completo y dos apellidos, número*

²⁵² MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO, Memoria Institucional 2017.

²⁵³ *Ibid.*

²⁵⁴ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, "Resolución alterna de conflictos de consumo, la experiencia de la Plataforma de Atención al Consumidor", *Revista Judicial n° 123*, accesado el 07 de septiembre de 2018, https://escuelajudicialpj.poder-judicial.go.cr/images/bibliotecavirtual/Revista_Judicial_123.pdf

*de cédula (pasaporte, cédula de residencia, etc.); en caso de personas jurídicas se requiere razón social, número de cédula jurídica; así como número de teléfono y dirección física exacta y actual donde puede ser notificado en este país el comercio denunciado o sus representantes, y que haya sido previamente corroborada como auténtica o real*²⁵⁵

Como se observa, este requisito de admisibilidad de una denuncia limita la posibilidad del consumidor en general, pero aún más del consumidor electrónico, de superar esta etapa, al respecto el criterio de ULATE QUESADA es que este requerimiento relacionado con la identificación del comerciante denunciado viene por una exigencia de la LGAP, pues esta establece que la primera notificación debe ser realizada de forma personal, en ese sentido es un obstáculo para el consumidor electrónico, pues en muchas ocasiones no conoce dónde está ubicado físicamente el comerciante, y por lo tanto, la denuncia puede ser rechazada de plano.²⁵⁶

En similar sentido GOÑI DÍAZ señala que, la LPCDEC y la reciente reforma introducida a su Reglamento proveen un marco legal general de protección al consumidor, no obstante en lo relacionado con el tema específico de la identificación del comerciante o proveedor, se requieren los datos de este así como la dirección donde pueda ser notificado, pues así lo exige la LGAP.²⁵⁷

²⁵⁵ “Requisitos mínimos para interponer una denuncia”, Ministerio de Economía Industria y Comercio, accesado el 11 de septiembre de 2018, https://www.consumo.go.cr/tramites_servicios/denuncias.aspx

²⁵⁶ ERICK ULATE QUESADA, Presidente de Asociación Consumidores de Costa Rica, entrevista realizada el 04 de septiembre de 2018.

²⁵⁷ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, Jefa de la Plataforma de la Plataforma de Atención al Consumidor, entrevista realizada el 07 de septiembre de 2018.

Ahora bien, este obstáculo procesal podría ser solventado de dos formas, la primera mediante una rigurosa exigencia a los comerciantes para que se identifiquen, en tal sentido la reciente reforma al Reglamento a la LPCDEC introduce el deber de comerciante de proveer de forma: *“(...) cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su verdadera identidad, especificando su ubicación geográfica principal, nombre o razón social, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, teléfono, correo electrónico y demás puntos de contacto, información adecuada del registro del nombre del dominio para los sitios web que estén promoviendo o que participen en transacciones comerciales con consumidores y cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes.”*²⁵⁸

Ahora bien, en caso de incumplimiento de este deber respecto de la información que debe brindar al consumidor, podría acarrear al comerciante la imposición de multas, para lo cual se requiere previamente realizar un procedimiento administrativo ordinario que resolverá la CNC.

Una segunda opción para solventar este obstáculo procesal -respecto de la notificación personal al comerciante- es crear un registro voluntario de vendedores y proveedores de bienes y servicios en línea, donde el comerciante pueda registrar la información requerida para dar trámite a una denuncia, facilitando así la interposición de reclamos por parte del consumidor, dicha información sería de acceso público y podría estar a cargo del Observatorio de Comercio Electrónico que planea crearse, ello permitiría elevar el nivel de confianza del consumidor al

²⁵⁸ Artículo 247 del Reglamento a la LPCDEC.

saber que ante eventuales reclamos contará con los datos necesarios requeridos por el sistema en línea PACO.

En ese sentido, ya en la actualidad PACO cuenta con un registro voluntario de comerciantes que, ante la eventual presentación de un reclamo, permite poner en contacto al consumidor con el comerciante y negociar una posible solución a la disputa existente, aspecto que ocurre con los grandes comerciantes que en su mayoría se encuentran registrados.

Sin embargo, como señala GOÑI DÍAZ el problema es que no todos los comerciantes se registran, algunos presumiblemente por su tamaño ni siquiera cuentan con acceso a la tecnología necesaria.²⁵⁹

No obstante, lo planteado hasta ahora podría eventualmente ser de aplicación para comerciantes en línea cuyo domicilio comercial esté en Costa Rica, pues por principio de territorialidad no se podría aplicar la LPCDEC a un comerciante cuyo domicilio está fuera del territorio nacional -salvo que éste expresamente decida someterse a la legislación costarricense-.

En ese sentido, el sistema de denuncias en línea de PACO no es una herramienta útil para que un consumidor presente reclamos por compra de bienes y servicios adquiridos en línea cuando el comerciante contra el que dirige el reclamo tenga registrado su domicilio en otro país, o estando domiciliado en Costa Rica no se cuente con la información de su domicilio físico, o no se encuentre

²⁵⁹ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, Jefa de la Plataforma de la Plataforma de Atención al Consumidor, entrevista realizada el 07 de septiembre de 2018.

registrado ante PACO para contactarlo en caso de una eventual negociación a distancia por un reclamo presentado.

El segundo aspecto a dilucidar es si el sistema de denuncias en línea de PACO puede calificarse como un sistema RAC de consumo en línea, esto de conformidad con las características que tienen estas plataformas (eADR, ODR), en especial si guarda alguna semejanza con la PRL de la UE.

En ese sentido, de acuerdo con las características mencionadas, un sistema RAC de consumo en línea debe ser un medio económico, expedito, simplificado (no formalista), que no exija la conexión simultánea en línea de las partes, con disponibilidad de plataformas de software para ingresar desde cualquier lugar y en cualquier momento, y con la posibilidad de atender conflictos por compras en línea realizadas en cualquier lugar (conflictos nacionales y conflictos transfronterizos).

Así las cosas, y de acuerdo con las citadas características, se observa que el sistema en línea disponible para que los consumidores presenten sus denuncias ante PACO no puede ser considerado propiamente un sistema RAC de consumo en línea.

En primer lugar, el elemento antiformalista se echa de menos en dicha plataforma, lo anterior por requerir que para la tramitación de la denuncia se presente la identificación y domicilio físico del comerciante contra el que se plantea el reclamo, con el fin de notificarle de forma personal, pues de no aportarse se procede con su archivo por inadmisibile.

En segundo lugar, si bien la etapa de negociación a distancia que se aplica en la actualidad podría ser considerada un método RAC, la misma es previa a una eventual mediación presencial, que si falla podría ser el inicio de un largo procedimiento administrativo cuyo órgano encargado de resolverlo será la CNC, es decir el sistema en línea –tal y como se encuentra en la actualidad- funciona más como una ventanilla en línea de atención y tramitación de denuncias vía web, y no como un sistema RAC de consumo en línea.

Ahora bien, se reconoce que la funcionalidad del sistema en línea PACO se encuentra limitada en parte por aspectos de índole normativos, que impiden potenciar el uso de esta plataforma, pero también por aspectos tecnológicos.

Con relación a los aspectos normativos ULATE QUESADA considera que es necesario realizar reformas legales, especialmente en materia procedimental, pues actualmente se aplica el procedimiento ordinario de la LGAP que puede llevar a plazos de resolución que van tres a ocho años, solo contabilizando la duración en sede administrativa, cuya resolución final puede ser impugnada en sede judicial ante el Tribunal Contencioso Administrativo, todo lo anterior no hace sino desincentivar al consumidor, en lo que respecta a la presentación de reclamos de muy poca cuantía económica, pues estos podrían tardar años en resolverse.²⁶⁰

En cuanto a los aspectos tecnológicos señala GOÑI DÍAZ que en la actualidad se está trabajando en mejoras, pues la plataforma ya tiene cuatro años

²⁶⁰ ERICK ULATE QUESADA, Presidente de Asociación Consumidores de Costa Rica, entrevista realizada el 04 de septiembre de 2018.

y medio de operar, en ese sentido se busca que sea más accesible para el consumidor, el comerciante y el usuario interno de PACO.²⁶¹

En torno a la disponibilidad de una plataforma de software para ingresar desde cualquier lugar y en cualquier momento -como característica de los sistemas de resolución alterna de disputas en línea-, si bien es cierto el sistema en línea PACO permite su acceso las veinticuatro horas del día y trescientos sesenta y cinco días del año, el mismo no es funcional, si el consumidor que plantea su reclamo no puede cumplir con las formalidades que este sistema requiere para que la denuncia supere el filtro de admisibilidad, lo que a su vez impide siquiera pensar en la posibilidad de presentar un reclamo por un conflicto de consumo transfronterizo.

Ahora bien, en el hipotético caso de un conflicto de consumo transfronterizo donde el consumidor en Costa Rica cuente con todos los requisitos de admisibilidad que solicita el sistema en línea PACO, incluido el de la identificación formal del comerciante, la misma tampoco sería admisible puesto que debe de aportarse dirección física del comerciante o de un representante para ser notificado de forma física dentro de Costa Rica.

Lo anterior representa una diferencia abismal en cuanto a lo que ocurre en la UE y su PRL, la cual permite que un consumidor residente en la UE pueda presentar un reclamo por compras realizadas en línea contra cualquier empresario

²⁶¹ MARYCRUZ GOÑI DÍAZ, Jefa de la Plataforma de la Plataforma de Atención al Consumidor, entrevista realizada el 07 de septiembre de 2018.

establecido en la UE, es decir, permite la interposición de reclamos por conflictos nacionales y transfronterizos.

Así las cosas, es claro que en Costa Rica no se cuenta en la actualidad con un sistema de resolución alterna de conflictos de consumo en línea que pueda ser aplicado a conflictos del comercio electrónico entre un consumidor y un empresario, entendiendo estos sistemas como aquellos que se desarrollan en un ambiente completamente en línea, haciendo uso de las tecnologías de información para sustanciar los procedimientos RAC.

CONCLUSIONES

Se procede a emitir las siguientes conclusiones de conformidad con todo lo expuesto a lo largo del presente trabajo de investigación:

El nacimiento del derecho del consumidor se da producto de la necesidad de regular la relación de poder y abuso de los empresarios sobre los consumidores, lo anterior por circunstancias como la posición económica ventajosa del comerciante y la falta de acceso a la información por parte del consumidor.

En cuanto al concepto de consumidor, no existe una definición única, para la UE este es aquel que actúa con un propósito ajeno a sus actividad comercial, en España es el que actúa sin ánimo de lucro y ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión, y en Costa Rica es el destinatario final que adquiere, disfruta y utiliza bienes y servicios.

Por su parte el concepto de consumidor electrónico se refiere a aquel que adquiere bienes y servicios a través de medios electrónicos, donde este interacciona con ofertas a nivel global, de forma espontánea, sin necesidad de trasladarse físicamente a un establecimiento comercial, con una amplia cantidad de ventajas, pero también con elevados riesgos.

En relación con los avances tecnológicos y su utilización en el intercambio de bienes y servicios, se concluye que estos representan un desafío frente al ordenamiento jurídico vigente, y a los conceptos jurídicos tradicionales en materia de derecho del consumidor y contratación.

En virtud de lo anterior es necesario el establecimiento de garantías mínimas y de un marco jurídico general de tutela de los derechos del consumidor en el contexto electrónico que brinde seguridad jurídica y genere confianza a este.

En tal sentido se destaca a la UE como una organización que desde sus inicios ha impulsado y desarrollado una política a nivel comunitario para la protección y defensa del consumidor, y en particular ha incentivado la del derecho del consumidor en el contexto del comercio electrónico.

En el caso de España la garantía de defensa de los consumidores y usuarios se establece desde su Constitución Política como parte de los principios rectores de la política social y económica, a nivel legal se reconoce en el TRLGDCU la protección contra los riesgos que afecten la salud o la seguridad, además de la protección de sus intereses económicos y sociales, reparación de daños y perjuicios, derecho a recibir información correcta sobre bienes y servicios, a ser escuchado y a procedimientos eficaces.

En Costa Rica el derecho del consumidor está reconocido como un Derecho Fundamental por la Constitución Política, y a nivel legal la LPCDEC reconoce un catálogo de derechos similares a los que se reconocen en el TRLGDCU de España, añadiendo, además, el derecho a la educación y divulgación, protección contra publicidad engañosa, prácticas y cláusulas abusivas, métodos comerciales desleales que restringen la libre elección, y el derecho de garantía.

Del estudio de los fundamentos y la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, y la regulación vigente en la UE, España y Costa Rica, se evidencia que la ausencia de una legislación moderna en materia de derecho del consumidor en el ordenamiento jurídico costarricense coloca al consumidor electrónico en situación de mayor vulnerabilidad frente a la compra de bienes y servicios en línea.

Por su parte, las nuevas tecnologías vinieron a potenciar el intercambio comercial, en especial la aparición del internet implicó un crecimiento exponencial del comercio electrónico, entendido este como cualquier transacción comercial cuya interacción se da por medios electrónicos para vender y comprar diversidad de bienes y servicios, contenidos digitales, acciones, etcétera.

El comercio electrónico permite realizar transacciones por medios electrónicos, brinda mayor eficiencia, reduce la cadena comercial, con un mercado global e ilimitado de participantes por medio de redes abiertas, y se rige por los principios de equivalencia funcional, inalterabilidad del derecho preexistente, neutralidad tecnológica, buena fe y la autonomía de la voluntad.

Además, existen dos tipos de comercio electrónico, el directo que ocurre cuando el pedido, el pago y el envío del bien o servicio adquirido se dan de forma electrónica, por otro lado, el comercio electrónico indirecto ocurre cuando el pedido y el pago ocurren de forma electrónica, pero el bien adquirido requiere de envío físico.

Por su parte, el contrato electrónico es aquel que se realiza a través de un sistema electrónico, donde no hay presencia física de los contratantes, razón por la cual se puede catalogar como un contrato a distancia, este cuenta con algunos elementos característicos como son la declaración de voluntad emitida electrónicamente, el acuse de recibo y la confirmación, el momento y lugar de perfección.

La masificación de los contratos a escala global, requiere de figuras como los contratos de adhesión mediante los cuales una parte predisponente impone condiciones generales previamente dispuestas para que la otra parte denominada adherente las acepte o rechace en su totalidad, sin oportunidad de negociarlas, estos contratos de adhesión son ampliamente utilizados en la contratación electrónica.

Queda claro que los contratos electrónicos brindan facilidades para la adquisición de bienes y servicios, pero también riesgos para el consumidor electrónico, dentro de los que se encuentran el retraso excesivo en la entrega, la pérdida del bien o servicio, el desistimiento, el proceso de reclamo, y la protección de datos personales.

Por lo general, la entrega de los bienes adquiridos en línea por el consumidor se realiza a través de un tercero que brinda el servicio de transporte de mercancía, por lo que el retraso excesivo en la entrega del bien puede obedecer a fallas de tipo logísticas o inclusive tecnológicas, en cuanto a la no

entrega del bien puede deberse, entre otras causas, a problemas con la dirección aportada, intentos fallidos de entrega, o paquete dañado antes de la entrega.

En lo que respecta al desistimiento en contratos electrónicos nacionales y transfronterizos, este derecho varía según la legislación aplicable y las condiciones contractuales establecidas por el comerciante.

Sobre el proceso de reclamo queda claro que, la cuantía de una eventual disputa, comparada con el costo económico que requiere la interposición de un proceso judicial, provoca que se desincentive la presentación de reclamos por parte de los consumidores, pues es el comerciante el que generalmente impone la sede judicial competente para conocer del reclamo, así como la ley aplicable al caso.

En cuanto a la transmisión, tratamiento y almacenamiento de los datos personales de los consumidores, requerida por los comerciantes para realizar transacciones en línea, se concluye que esta debe ser sometida a altos niveles de protección que permitan resguardar su privacidad y seguridad.

En el caso de Costa Rica, la reciente reforma del Reglamento a la LPCDEC incorpora obligaciones del comerciante respecto de la protección de datos personales del consumidor, para lo cual deberá establecer medidas de seguridad (integridad, veracidad, confidencialidad), informar sobre el nivel de protección que se otorga a los datos personales de los consumidores (transmisión, tratamiento y almacenamiento), así como la confidencialidad con otros comerciantes.

Así las cosas, la regulación del comercio electrónico a través de diversos instrumentos tiene como objetivo brindar un marco de protección mínimo que permita disminuir los riesgos que las partes asumen cuando interactúan en este tipo de ambientes, generando mayor seguridad jurídica y confianza.

En ese sentido, la directiva sobre comercio electrónico de la UE es una herramienta mediante la cual se pretende regular un espacio sin fronteras interiores y de libre circulación de bienes y servicios, el estímulo del comercio electrónico y la protección al consumidor.

Además, dentro de los aspectos más importantes que se regulan en esta directiva, es que se brindan garantías mínimas para el consumidor en materia de identificación del prestador del servicio, así como de la identificación de los bienes y servicios que este ofrece, además se alienta a los Estados para que faciliten garantías de procedimiento adecuadas a las partes.

Respecto de la LSSICE se considera que la misma cumple con los objetivos mínimos deseables en este tipo de regulación, abarcando el tema de los servicios de la sociedad de la información y la contratación por vía electrónica, comunicaciones comerciales por vía electrónica, así como la regulación respecto de la información previa y posterior a la celebración de contratos electrónicos (validez, eficacia y régimen sancionador aplicable).

En Costa Rica no se cuenta con regulación legal en materia de comercio electrónico que brinde un marco de seguridad jurídica con reglas claras para los

comerciantes y proveedores de servicios electrónicos y para los consumidores y usuarios.

En ese sentido, la reforma al Reglamento a la LPCDEC, denominada, “*Sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico*” viene a ser una medida paliativa que pretende asegurar los derechos de los consumidores y usuarios en Costa Rica que utilizan las nuevas tecnologías para adquirir bienes y servicios.

Este Reglamento establece una serie de deberes al comerciante como lo son el de informar sobre su identidad, sobre los bienes y servicios ofrecidos, sobre los términos y condiciones, sobre el precio total de los bienes y servicios con sus costos adicionales, y el de proveer un mecanismo gratuito, transparente, eficaz de fácil acceso y uso para plantear quejas y reclamos.

En lo que respecta a las leyes modelo de la CNUDMI son instrumentos que pueden ser tomados como referencia para crear y actualizar la legislación nacional con el fin de armonizar, unificar y garantizar la seguridad jurídica, pues la ausencia de legislación o la diversidad de la misma podría generar incertidumbre.

En la actualidad Costa Rica se encuentra en proceso de incorporación a la OCDE, y en materia de consumidor ya se otorgó la aprobación por parte del comité encargado, así las cosas se deberán de adoptar algunas medidas para la mejora regulatoria y elevar los estándares que esta organización establece en los respectivos lineamientos y directrices.

Sin duda, la implementación de los Lineamientos para la Protección al Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico y de las Directrices para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas, pueden contribuir a una mejora en la coordinación y cooperación internacional tripartita (gobiernos, empresarios y consumidores) para el intercambio de información y creación de sistemas efectivos de reparación del daño en transacciones transfronterizas, así como a reducir conductas fraudulentas o engañosas en línea.

Así las cosas, es necesario aprobar reformas legislativas y crear un marco jurídico actualizado que permita brindar niveles mínimos de seguridad jurídica, así como estándares elevados de protección a los consumidores en línea, pues la legislación existente responde a otro contexto económico y tecnológico.

Por otra parte, la crisis en los sistemas de justicia motivada por su saturación, el costo económico del acceso a estos, y el consecuente descontento ciudadano, fue el origen de los movimientos RAC, que proponían formas de solución de conflictos distintas a las tradicionales.

Dentro de estas formas alternas de resolución de conflictos encontramos dos clasificaciones, las denominadas autocompositivas donde se ubican la negociación, la conciliación y la mediación, y las denominadas heterocompositivas donde se ubica el arbitraje.

La aplicación de estos mecanismos RAC pretenden dar una respuesta ágil, económica y sencilla a las disputas de diversa índole, dentro de las cuales están

los conflictos de consumo, es decir, aquellos surgidos entre un consumidor y un empresario.

En ese sentido, la UE emitió la Directiva 2013/11/UE con el fin de garantizar la protección del consumidor a través de procedimientos eficaces, rápidos y asequibles, tanto por disputas nacionales como transfronterizas, por compras en línea y no en línea.

En el caso de España los mecanismos RAC se regulan a través del RDSAC que crea el SAC encargado del arbitraje institucional de resolución extrajudicial, bajo los principios de la celeridad, privacidad, especialización y gratuidad, y que además prevé la posibilidad de realizar arbitraje de consumo electrónico.

Por su parte, en Costa Rica existe la Ley RAC que brinda un marco general en materia de resolución alterna de conflictos, que autoriza la existencia de entidades dedicadas a la administración institucional de métodos RAC, de forma onerosa o gratuita, esta ley no hace referencia alguna al arbitraje electrónico, y establece algunos requisitos procesales que pueden ser un obstáculo para el consumidor como lo es el de la obligatoria representación por parte de un abogado.

En ese sentido, el Centro RAC de consumo de la DAC representa en la actualidad la única opción institucionalizada de negociación, mediación, y conciliación en materia de conflictos de consumo; ahora bien en un futuro se podría contar con la opción del arbitraje, pues se pretende promover una reforma a la LPCDEC que permita contar con la figura de los árbitros.

En lo que respecta a los mecanismos ODR, la UE cuenta con la PRLI cuyo objetivo es la aplicación de una salida alterna a un conflicto derivado de un contrato de compraventa o de la prestación de servicios celebrados en línea entre un consumidor residente y un comerciante establecido en la UE.

La PRLI funciona como una ventanilla única para la tramitación de reclamos en línea, es multilingüe, con la opción de traducción automática y la posibilidad de identificar el organismo competente para resolver el conflicto, puede ser utilizada por los organismos competentes para tramitar el reclamo totalmente en línea, y está sujeta a plazos que garantizan una rápida resolución.

De conformidad con los datos obtenidos del último informe de la Comisión Europea sobre la PRLI, las principales razones para la presentación de reclamos fueron problemas con la entrega de mercancías, falta de conformidad con el pedido y mercancías defectuosas.

Se resalta que un tercio de los reclamos planteados en la PRLI corresponde a compras transfronterizas, es decir, aquellas en donde el lugar donde se realiza el pedido no coincidía con el lugar donde se encontraba domiciliado el comerciante.

Por su parte, en Costa Rica no existe regulación novedosa que facilite la implementación de mecanismos RAC en línea a nivel público o privado, que permitan resolver disputas de consumo surgidas por compras en línea, ya sean nacionales o transfronterizas.

A pesar de lo anterior, están disponibles en Costa Rica, tanto a nivel privado como público, entidades que implementan algunas modalidades RAC a distancia utilizando como marco jurídico la legislación vigente y haciendo uso de las herramientas tecnológicas existentes.

A nivel público, la plataforma PACO promueve la resolución pacífica de conflictos de consumo a través de mecanismos RAC, en especial, esta hace uso de la negociación a distancia y de la conciliación en sus diversas modalidades.

En ese sentido, para la recepción de denuncias PACO utiliza un sistema en línea que permite la presentación de reclamos desde cualquier parte del país, sin la necesidad de presentarse personalmente en sus oficinas en San José.

Sin embargo, la exigencia que establece la LGAP de aportar la identificación y dirección física del domicilio del comerciante para notificarle de forma personal, es un obstáculo para la presentación y admisibilidad de denuncias presentadas en la plataforma PACO.

Si bien es cierto el comerciante tienen el deber de brindar al consumidor los datos que lo identifican y su domicilio, y que el incumplimiento de este deber podría acarrear la imposición de sanciones, para ello se requiere un procedimiento administrativo ordinario de la LGAP.

El departamento PACO cuenta actualmente con un registro de comerciantes que previamente se han inscrito en la plataforma con el objetivo de ser informados en caso de presentarse un reclamo de algún consumidor.

Sin embargo, se evidencia que el sistema de recepción de denuncias en línea que utiliza PACO no puede ser considerado propiamente una PRL, pues no cuenta con muchas de las características que estas plataformas ofrecen para la aplicación de mecanismos RAC en línea, en ese sentido una ventanilla virtual para la recepción de denuncias no puede considerarse en sí misma una PRL.

De tal manera que la regulación e implementación de mecanismos RAC por medios electrónicos en Costa Rica, tal y como sucede en la UE y en España, contribuiría a la tutela efectiva de los derechos de los consumidores, al proveerles el marco jurídico y las herramientas tecnológicas necesarias para la efectiva defensa de sus derechos cuando estos tengan un reclamo relacionado con la adquisición de un bien o servicio adquirido en línea.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ACEDO PENCO, ÁNGEL. *El concepto de consumidor y usuario y sus derechos básicos en el vigente Derecho comunitario europeo y español. La protección del consumidor en Código civil de la República de Cuba*. La Habana: Unión Nacional de Juristas de Cuba, 2014.
- AGUILAR, FERNANDO. *Manual práctico de arbitraje privado*. Buenos Aires: Heliasta, 2011.
- ARIAS SOLANO, RANDALL. *Acceso a la Justicia y resolución de conflictos en Costa Rica: La experiencia de las Casas de Justicia*. San José: Ministerio de Justicia y Gracia, 2001.
- ARTAVIA BARRANTES, SERGIO. *Comentarios a la Ley de arbitraje y conciliación (Ley RAC) y normativa sobre arbitraje (nacional e internacional)* 2da edición. Costa Rica: Editorial Jurídica DUPAS, 2007.
- BAUDRIT CARRILLO, DIEGO. *Teoría General del Contrato*. San José: Juricentro, 2008.
- CUBILLO LÓPEZ, IGNACIO JOSÉ. *Cuestiones actuales sobre la protección de los consumidores: tutela penal, civil y arbitral*. España: Civitas, 2010.
- EYNER, HENRY, MARÍA CHEN, GUSTAVO CASTRO. *Temas de Derecho Informático II*. Panamá: Universal Books, 2011.
- FALCÓN, ENRIQUE. *Sistemas alternos de resolver conflictos jurídicos*. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni, 2012.
- FISHER, ROGER, FISHER WILLIAM, URY. *Si de acuerdo 5ta reimpresión*. Colombia: Editorial Colombia Nueva Limitada, 1991.
- GARCÍA VILLALUENGA, LETICIA. *Mediación, arbitraje y resolución extrajudicial de conflictos en el siglo XXI*. Madrid: Reus, 2010.
- GONZÁLEZ HERRANZ, MARÍA LUISA. *La comunicación publicitaria en el entorno de la protección al consumidor*. Bases de Datos de Tesis inéditas de la Universidad Complutense de Madrid, 2001.
- GUISADO, ANGELA. *Formación y perfección del contrato en internet*. Madrid: Ediciones Jurídicas y Sociales S. A, 2004.
- GARCÍA VILLALUENGA, LETICIA. *Mediación, arbitraje y resolución extrajudicial de conflictos en el siglo XXI*. Madrid: Reus, 2010.

- ILLESCAS ORTIZ, RAFAEL. *Derecho de la Contratación Electrónica*. Madrid: Civitas Ediciones, 1era edición, 2001.
- ILLESCAS ORTIZ, RAFAEL. *Derecho del comercio internacional y de la contratación electrónica*. San José: Editorial Investigaciones Jurídicas S.A., 2013.
- KNORR, JORLENE, Y MARCELO ROLDÁN. *La protección del Consumidor en el Comercio Electrónico*. San José: Editorial Investigaciones Jurídicas S.A., 2001.
- MERZ ESPINOZA, ANA ISABEL. *Aspectos jurídicos del comercio electrónico como comercio transnacional*. Madrid: UCM, 2006.
- PALMA HERRERA, JOSÉ ET AL. *Los consumidores y usuarios como sujetos de tutela penal*. Navarra: Editorial Aranzadi, 2010.
- PAÑOS PÉREZ, ALBA. *Derechos y garantías del consumidor en el ámbito contractual*. Almería: Editorial Universidad de Almería, 2010.
- PARDINI, ANIBAL. *Derecho de internet: defensa del nombre de dominio, naturaleza jurídica del e-mail, protección jurídica de la página web, prueba tecnológica, documento digital, modelos de cláusulas contractuales, principios fiscales aplicables al comercio electrónico, seguridad en internet*. Buenos Aires: Ediciones La Rocca S. R. L., 2002.
- PEÑARANDA, HÉCTOR. *El documento electrónico*. Maracaibo: Editorial de la Universidad del Zulia, 2008.
- PINOCHET OLAVE, RUPERTO ANDRÉS. *Contratos electrónicos y defensa del consumidor*. Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., 2001.
- SÁNCHEZ DEL CASTILLO, VILMA. *El ABC del derecho de la contratación electrónica*. San José: Editorial Jurídica Continental, 2012.
- SÁNCHEZ DEL CASTILLO, VILMA. *La publicidad en internet*. Madrid: Wolters Kluwer España S. A., 2007.
- SARRA, ANDREA. *Comercio electrónico y derecho: aspectos jurídicos de los negocios en Internet : inteligencia artificial, contratación en redes abiertas, seguridad protección de datos personales, bases de datos, defensa del usuario, sistemas de pago, propiedad intelectual, instrumentos digitales, firma digital, responsabilidades, aspectos tributarios, nombres de dominio y marcas registradas*. Buenos Aires: Editorial Astrea, 2001.
- SIMÓN, HERIBERTO. *Negocios en internet*. Buenos Aires: Editorial Astrea, 2005.
- STELLA ÁLVAREZ, GLADYS. *La mediación y el acceso a la justicia*. Buenos Aires: Runinzal-Culzoni, 2003.

STEELE GARZA, JOSÉ GUADALUPE. *Arbitraje de consumo: un largo camino hacia el arbitraje on-line internacional en Métodos alternos de solución de conflictos herramientas de paz y modernización de la justicia*. Madrid: Editorial Dykinson, 2011.

VÁZQUEZ DE CASTRO, EDUARDO. *La mediación en materia de consumo*. Características y elementos del debate. Madrid: Editorial Reus, 2010.

VEGA VEGA, JOSÉ ANTONIO. *Contratos electrónicos y protección de los consumidores*. Madrid: Editorial REUS S.A., 2005.

DOCUMENTOS DE SITIOS WEB

AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN. “Juntas arbitrales”. Accesado el 14 de abril de 2018. http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/consumo/ampliacion/Juntas_Arbitrales/juntas_arbitrales.htm

AMAZON. “Programa de quejas del comprador”. Accesado el 28 de agosto de 2018. <https://pay.amazon.com/es/help/201751580>

AMAZON. “Tiempos de envío a América Latina”. Accesado el 28 de agosto de 2018. https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=help_search_1-7?ie=UTF8&nodeId=202053600&qid=1535506671&sr=1-7

AMAZON. “Entregas no completadas”. Accesado el 28 de agosto de 2018. https://www.amazon.es/gp/help/customer/display.html/ref=help_search_1-1?ie=UTF8&nodeId=201910330&qid=1535507148&sr=1-1

AMAZON. “Acerca de nuestra política de devoluciones”. Accesado el 28 de agosto de 2018. https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=201819200#GUID-7AE4D2C8-CAF9-465E-A54A-2D1C166C9385__SECTION_7D8EBD42E0184CC3BE4335003DD2222F

AMAZON. “Cambia un producto”. Accesado el 28 de agosto de 2018. <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=201819310>

AMAZON. “Aviso de privacidad”. Accesado el 29 de agosto de 2018. <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=468496>

ARROYO SANTAMARÍA, EVELYN. OCDE avala acciones de costa Rica en protección al consumidor. *Ministerio de Economía, Industria y Comercio*. Accesado el 10 de agosto de 2018, <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/886/ocde-avala-acciones-de-costa-rica-en-proteccion-al-consumidor.php>

BERNING PRIETO, ANTONIO. "Derecho de la contratación electrónica". *Noticias Jurídicas*. Accesado el 28 de junio de 2017. <http://noticias.juridicas.com/conocimiento/articulos-doctrinales/4382-derecho-de-la-contratacion-electronica/>

BUSTO LAGO, JOSÉ MANUEL. "Mecanismos extrajudiciales de resolución de los conflictos de consumo". *Universidad de A Coruña*. Accesado el 04 de septiembre de 2017. http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS /1/0_11690_1.pdf

CÁMARA LAPUENTE, SERGIO. "El concepto legal de «consumidor» en el Derecho privado europeo y en el Derecho español: aspectos controvertidos o no resueltos". *Cuadernos de Derecho Transnacional* vol. 3, n° 1 (2011): 84-117. Accesado el 06 de mayo de 2017. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/1068/387>

CENTRO EUROPEO DEL CONSUMIDOR EN ESPAÑA. "Quiénes somos: Funciones". Accesado el 12 de enero de 2017. http://www.cec.consumo-inc.es/secciones.php?id_sec=1&id_subsec=2

CENTRO EUROPEO DEL CONSUMIDOR EN ESPAÑA. "Plataforma ODR". Accesado el 12 de enero de 2017. http://www.cec.consumo-inc.es/secciones.php?id_sec=10&id_subsec

CENTRO MEDIACIÓN, BALANZA Y NIVEL JURISIS. "Primer Centro de Mediación en Línea". Accesado 14 de abril de 2018 <http://www.jurisismediacion.com/mediacion-en-linea/>

COMISIÓN EUROPEA. "Informe de la comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre el funcionamiento de la plataforma europea de resolución de litigios en línea creada en virtud del Reglamento (UE) n° 524/2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo". Accesado el 11 de abril de 2018. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0744&from=ES>

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. "Iniciativa europea de comercio electrónico". Accesado el 12 de enero de 2017. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51997DC0157&from=ES>

COMISIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL. "Fomento de la confianza en el comercio electrónico: cuestiones jurídicas de la utilización internacional de métodos de autenticación y firma electrónica". Accesado el 11 de diciembre de 2014. http://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/08-55701_Ebook.pdf

COMISIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL. "Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su incorporación al derecho interno con la 1996 con el nuevo artículo 5 aprobado en 1998 bis". Accesado el 21 de julio de 2018. https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf

COMISIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL. “Ley Modelo de la CNUDMI sobre Firmas Electrónicas con la Guía para su incorporación al derecho interno 2001”. Accesado el 21 de julio de 2018. https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf

COMUNIDAD DE MADRID. “Comercio electrónico: abusos e incumplimientos”. Portal del consumidor. Accesado el 20 de junio de 2017. http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=FRAME_Contenido_FA&childpagename=PortalConsumidor%2FFRAME_Contenido_FA%2FPTCS_contenidoReportajes&cid=1343066136641&p=1343064181510&pagename=PTCS_wrapper

EBAY INC. “Reglas corporativas respecto de los usuarios”. Accesado el 10 de septiembre de 2018. <https://static.ebayinc.com/assets/Uploads/PrivacyCenter/ebay-corporate-rules-spanish.pdf>

EBAY INC. “Condiciones de uso”. Accesado el 06 de septiembre de 2018. <https://pages.ebay.es/help/policies/user-agreement.html>

FACULTAD DE DERECHO UNIVERSIDAD DE MURCIA. “Introducción al intercambio electrónico de datos”. Accesado el 14 de enero de 2015. <http://www.um.es/docencia/barzana/IAGP/IAGP2-Intercambio-electronico-datos-EDI.html>

MARTÍNEZ ESPÍN, PASCUAL. “Aproximación al concepto de consumidor”. *Vicerrectorado de Ordenación Académica y Formación Permanente de la Universidad Castilla de Castilla la Mancha*. Accesado el 06 de mayo de 2017. <http://www.eedc.posgrado.uclm.es/TitulosPropios/UserFiles111%5CRecursos%5CP%3%BAblico%5CAproximaci%C3%B3n%20al%20concepto%20consumidor.pdf>

MINISTERIO DE JUSTICIA Y PAZ. “Casas de Justicia”. Accesado el 26 de marzo de 2018. <http://www.mjp.go.cr/viceministeriopaz/DepenDinarac?nom=casas-justicia>

MINISTERIO DE JUSTICIA Y PAZ. “Centros RAC”. Accesado el 26 de marzo de 2018. <http://www.mjp.go.cr/viceministeriopaz/DepenDinarac?nom=centros>

MINISTERIO DE JUSTICIA Y PAZ DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. “Introducción a los métodos de resolución alterna de conflictos”. Accesado el 09 de abril de 2017. <http://www.mjp.go.cr/Documento/DescargaDIR/1217>

MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO. “Preguntas frecuentes”. Accesado el 07 de septiembre de 2018. <https://www.meic.go.cr/meic/web/104/consumidor/preguntas-frecuentes.php>

MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO. “Requisitos mínimos para interponer una denuncia”. Accesado el 08 de septiembre de 2018. https://www.consumo.go.cr/tramites_servicios/denuncias.aspx

- NÚÑEZ RODRÍGUEZ, ERICK. “El derecho de desistimiento: especial consideración al desistimiento contractual”. *Tesis Doctoral Universidad de Salamanca*. Accesado el 06 de diciembre de 2017. https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/121398/1/DDP_NunezRodriguezErick_Tesis.pdf
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO. “Comercio Electrónico”. Accesado el 09 de enero de 2015. http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS. “Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas”. Accesado el 11 de diciembre de 2014. <http://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>
- PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. “Opinión Jurídica OJ-096-2011”. Accesado el 18 de enero de 2018. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/pronunciamiento/pro_ficha.aspx?param1=PRD¶m6=1&nDictamen=16990&strTipM=T
- PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. “Opinión Jurídica OJ-019-2011”. Accesado el 12 de enero de 2017. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/pronunciamiento/pro_ficha.aspx?param1=PRD%20¶m6=1&nDictamen=16679&strTipM=T
- SCHULTZ, THOMAS, GABIELLE KAUFMANN, DIRK LANGER, y VINCENT BONNET. “Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues”. *University of Geneva*. Accesado el 11 de diciembre de 2016. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899079
- SEOANE BALADO, ELOY. “La nueva era del comercio: el comercio electrónico: las TIC al servicio de la gestión empresarial”. Ideaspropias Editorial (2005). Accesado el 28 de junio de 2017. https://books.google.co.cr/books?id=evLz521ZVmAC&dq=problemas+del+comercio+electronico+retraso+en+la+entrega&source=gbs_navlinks_s
- UNIÓN EUROPEA. “Información básica sobre la Unión europea: ¿Qué es la UE?”. Accesado el 12 de enero de 2017. https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es
- UNITED NATIONS COMMISSION ON INTERNATIONAL TRADE LAW (UNCITRAL). “Recommendation on the Legal Value of computer Records”. Accesado el 11 de diciembre de 2014. <http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/computerrecords-e.pdf>
- UNITED STATES DEPARTMENT OF COMMERCE. “A framework for Global Electronic Commerce”. Accesado el 18 de diciembre de 2014. <http://clinton4.nara.gov/WH/New/Commerce/read.html>

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. "Seminario de Integración. Comercio Electrónico".
Accesado el 02 de febrero de 2015.
<http://www.econ.uba.ar/www/seminario/g286/Comercio%20Electr%C3%B3nico.doc>

REVISTAS

ALONSO PUIG, JOSÉ MARÍA. "Transparencia en la designación de árbitros y la prevención de conflictos de intereses". *Revista Jurídica de Castilla y León*. Accesado el 11 de enero de 2018. <http://www.jcyl.es/revistajuridica>

ÁLVAREZ BLANCO, MARIANELA. "Contratos de Adhesión y Cláusulas Abusivas". Accesado el 10 de junio de 2017. https://www.poder-judicial.go.cr/escuelajudicial/archivos/documentos/revs_juds/rev_jud_91/009-todo.htm

BULGARELLI, FIORELLA. "Costa Rica y la Tutela de los Derechos al Consumidor". *Revista Judicial de la Corte Suprema de Costa Rica* n° LXV (1997).

DELALOYE, MARÍA LAURA. "La protección del consumidor internacional en América: rumbo a la CIDIP VII". *Ámbito Jurídico* n° 45 (2007). Accesado el 12 de julio de 2016. http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2230

GOÑI DÍAZ, MARICRUZ. "Resolución alterna de conflictos de consumo, la experiencia de la Plataforma de Atención al Consumidor". *Revista Judicial* n° 123. Accesado el 07 de septiembre de 2018. https://escuelajudicial.poder-judicial.go.cr/images/bibliotecavirtual/Revista_Judicial_123.pdf

GONZÁLEZ MARTÍN, NURIA y MERCEDES ALBORNOZ, MARÍA. "Comercio Electrónico, Online Dispute Resolution y Desarrollo". *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías* n° 12 (2014). Accesado el 18 de agosto de 2017. <http://dx.doi.org/10.15425/redecom.12.2014.12>

LEIRE ESCAJEDO, SAN EPIFANIO. "La base jurídico-constitucional de la protección de los consumidores en la Unión Europea". *Revista de Derecho Político* 70 (2007).

MONTEJO, ANDRÉS. "El consumo virtual". *Revista Judicial* n.º XCI. Accesado el 03 de junio de 2017. <https://www.poder-judicial.go.cr/escuelajudicial/biblioteca-virtual>

BASES DE DATOS

ALBORNOZ, MARÍA MERCEDES, Y NURIA GONZÁLEZ MARTÍN. "Feasibility Analysis of Online Dispute Resolution in Developing Countries." *The University of Miami Inter-American Law Review* 44, n° 1, (2012): 39-61. Accesado el 21 de enero de 2016, <http://www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/23645500>

- ALTERINI, ATILIO A., JOSE L. MOZOS, Y CARLOS A. SOTO. *Contratación contemporánea: contratación electrónica y tutela del consumidor v2*. Perú Bogotá: Palestra, Temis, 2000.
- BERNAL SALAMANCA, GIOVANNI ANDRÉS. "El comercio electrónico ¿un escenario seguro para el consumidor?". *Principia Iuris* n° 18, (2012): 373-386. Accesado el 27 de agosto de 2017. http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/content_type:4/problematicas+del+comercio%20+electr%C3%B3nico/p2/vid/631587388
- CASTELLANOS, ESPERANZA. "Aspectos de Derecho Internacional Privado en el Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios (Real Decreto Legislativo 1/2007): Nuevos modelos de análisis". *Revista crítica de Derecho Inmobiliario* n° 722, (2010): 2723-2772. Accesado el 12 de julio de 2016. <http://app.vlex.com/#WW/sources/1419>
- COLÓN-FUNG, IVONNELLY. 2007. "Protecting the new face of entrepreneurship: online appropriate dispute resolution and international consumer-to-consumer online transactions." *Fordham Journal of Corporate & Financial Law* 12 n° 1: 233-258. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/89068714?accountid=28692>
- COLLIER, RICHARD, ET AL. 2015. "OECD Discussion Drafts in Six BEPS-Related Areas Raise More Concerns For MNEs." *Journal of International Taxation* 26, n° 3: 38-50. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/1682429053?accountid=28692>
- CORTÉS, PABLO, AND FERNANDO ESTEBAN DE LA ROSA. "Building a global redress system for low-value cross-border disputes." *International & Comparative Law Quarterly* 62, n° 2 (2013): 407-440. Accesado el 22 de mayo de 2016. EBSCOhost.
- FELDSTEIN, SARA Y SCOTTI, LUCIANA. "Internet, comercio electrónico y derecho a la intimidad: un avance de los tribunales argentinos". *Contratación electrónica internacional* (2008): 49-65. Accesado el 28 de junio de 2017. http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/*/Internet%2C+comercio+electr%C3%B3nico+y+derecho+a+la+intimidad%3A+un+avance+de+los+tribunales+argentinos/WW/vid/399120938
- FELDSTEIN, SARA. "Internet y derecho aplicable". *Contratación electrónica internacional* (2008): 156-166. Accesado el 28 de junio de 2017. http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/*/Internet+y+derecho+aplicable/vid/399120966
- IBRAHIM, KABA. "Elementos básicos de comercio electrónico". La Habana: Editorial Universitaria. Accesado el 15 de julio de 2017. ProQuest ebrary.

- KEANE, JIM AND DEBI MILLER-MOORE. 2004. "Linking Information Technology and Dispute Resolution." *Dispute Resolution Journal* 59, n° 1: 58-61. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/198154250?accountid=28692>
- LA TORRE JEKER, VIRGINIA, HAMNA ANWAR, MEARL CABRAL, AND FAIZA FAROOQ MANNAN. "E-Transaction Law and Online Dispute Resolution: A Necessity in the Middle East." *Arab Law Quarterly* 20, n° 1, (2006): 43-76. Accesado el 21 de enero de 2016. <http://www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/27650537>
- LEI, YIMING. 2002. "Architectural aspects and a prototype system for handling disputes in electronic commerce transactions." Order n° MQ89645, Memorial University of Newfoundland (Canada). <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/305501008?accountid=28692>. ProQuest Central; ProQuest Dissertations & Theses Global.
- MARCOS FRANCISCO, DIANA. "El arbitraje de consumo como medio extrajudicial de resolución de conflictos en la normativa española". *Revista de Derecho Universidad Católica del Norte*, Año 18 n° 1, (2011). Accesado el 29 de mayo de 2017. http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search*/El+arbitraje+de+consumo+como+medio+extrajudicial+de+resoluci%C3%B3n+de+conflictos+en+la+normativa+espa%C3%B1ola/WW/vid/452522570
- MARCOS FRANCISCO, DIANA. "El arbitraje de consumo como medio extrajudicial de resolución de conflictos en la normativa española". *Revista de Derecho Universidad Católica del Norte*, Sección: Ensayos Año 18-n° 1, (2011): 241-226. Accesado el 21 de enero de 2015. http://app.vlex.com/#WW/search*/El+arbitraje+de+consumo+como+medio+extrajudicial+de+resoluci%C3%B3n+de+conflictos+en+la+normativa+espa%C3%B1ola/WW/vid/452522570
- MORENO, MIGUEL. *La mediación y el arbitraje de consumo. Estudio Comparado: España Portugal*. Accesado el 21 de enero de 2015. <http://vlex.com/vid/438555206>
- NADLER, JANICE. 2001. "Electronically-Mediated Dispute Resolution and E-Commerce." *Negotiation Journal* 17, n° 4: 333-347. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/205189677?accountid=28692>
- ONG, CHIN EANG. 2005. "Jurisdiction in B2C E-Commerce Redress in the European Community." *Journal of Electronic Commerce in Organizations* 3, n° 4: 75-87. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/236504911?accountid=28692>
- OROZCO PARDO, GUILLERMO y PÉREZ SERRABONA GONZÁLEZ, JOSÉ LUÍS. "El arbitraje de consumo". *Revista portuguesa de Direito do Consumo* n° 50, (2007). Accesado el 21 de mayo de 2017.

http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/*/%22El+arbitraje+d e+consumo%22/p2/vid/223314253

OVALLE FAVELA, JOSÉ. "Derechos del consumidor". México, D.F.: UNAM, 2004. Accesado el 25 de abril de 2017. ProQuest Ebrary.

PETRAUSKAS, FELIKSAS, Y EGLÉ KYBARTIENÉ. "Online dispute resolution in consumer disputes." *Jurisprudencija* 18, n° 3 (September 2011): 921-941. Academic Search Complete, EBSCOhost (Accesado el 22 de mayo de 2016).

SLATE, WILLIAM K. 2002. "Online dispute resolution: Click here to settle your dispute." *Dispute Resolution Journal* 56, n° 4: 8-14. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/198096677?accountid=28692>

RACET MORCIEGO, MARÍA SOLEDAD Y SOLER DEL SOL, ALFREDO. "El Derecho Internacional Privado y la protección al consumidor internacional". *Revista CubaLex* n° 33, (2013): 199-235. Accesado el 12 de julio de 2016. <https://app.vlex.com/#WW/sources/12125>

RAMOS SUÁREZ, FERNANDO. "Problemas jurídicos del Comercio electrónico". *Revista Electrónica de Derecho Informático* n° 2, (1998). Accesado el 27 de junio de 2015. http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search/*/%22Problemas+jur%C3%ADdicos+del+Comercio+electr%C3%B3nico%22/vid/106966

ROSLE, HANNES. "Fundamentos del Derecho del consumidor en la Unión Europea". *Ius et veritas* n° 44, (2011): 184-198. Accesado el 12 de julio de 2016. <https://app.vlex.com/#WW/vid/585671210>

SLATE, WILLIAM K. 2001. "Settling claims on the Internet: Dispute prevention and resolution in eCommerce." *Vital speeches of the day* 67, n° 22: 684-687. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/221451749?accountid=28692>

STITILIS, DARIUS AND IRMANTAS ROTOMSKIS. 2010. "A model for resolving consumer disputes in electronic commerce in lithuania." *Intelektine Ekonomika*, n° 1. <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/1426796020?accountid=28692>

SOLETO, HELENA. "La mediación: método de resolución alterna de conflictos en el proceso civil español". *Revista Eletrônica de Direito Processual* n° 3 (2009). Accesado el 21 de enero de 2015. <http://vlex.com/vid/196564705>

SOSA OLÁN, HENRY. "El concepto de consumidor en el ordenamiento jurídico europeo y español". *Ars Boni et aequi* n° 12-2 (2016): 167-201. Accesado el 12 de julio de 2016. <https://app.vlex.com/#WW/sources/14383/issues/358737>

- TINAJEROS ARCE, ERIKA. "Protección del Consumidor en el MERCOSUR: Primeras observaciones sobre publicidad y oferta en el comercio electrónico". *Consumo y Legal* n° 7, (2007). Accesado el 12 de julio de 2007. <http://vlex.com/vid/mercosur-primeras-observaciones-oferta-38250615>
- VEGA MERE, YURI. "El derecho del consumidor y la contratación contemporánea. Consideraciones preliminares a favor de la construcción dogmática de los contratos". *Contratación contemporánea: contratación electrónica y tutela del consumidor* v2, (2000): 515-638. Accesado el 12 de julio de 2016. <https://app.vlex.com/#WW/vid/365587014>
- NADAL SÁNCHEZ, HELENA. "La mediación: una panorámica de sus fundamentos teóricos". *Revista Eletrônica de Direito Processual* n° 5 (2010). Accesado el 05 de agosto de 2017. <http://vlex.com/vid/mediacion-panoramica-fundamentos-teoricos-216271721>
- RODRÍGUEZ, CARLOS y LOZA, MARÍA. "Protección de la privacidad. Aproximación al opt-in/opt-out". *Revista de Contratación Electrónica* n° 23, (2002), accesado el 12 de julio de 2018. http://app.vlex.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/#WW/search*/Protecci%C3%B3n+de+la+Privacidad.+Aproximaci%C3%B3n+al+opt-in%2Fopt-out/vid/123162
- RODRÍGUEZ, GLADYS. "Comercio electrónico una revisión desde la Unión Internacional de Telecomunicaciones". *Revista de Derecho Universidad del Norte*, 23 (2005).
- ROMERO, JORGE. *Comercio electrónico un breve acercamiento*. Accesado el 16 de enero de 2015. <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/juridicas/article/view/14130/13440>
- ROMERO, JORGE. *Derechos del consumidor*. Accesado el 05 de enero de 2015. <http://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/juridicas/article/viewFile/13416/12678>
- SOLANO DURÁN, CAROL. "Análisis comparativo del abuso en la contratación de adhesión en latinoamérica". *Revista Judicial*. Costa Rica, año XXIII, n° 77, marzo, 2001.
- VILLALBA, JUAN CARLOS. "La noción de consumidor en el Derecho Comparado y en el Derecho colombiano". *Vniversitas*. Bogotá (Colombia) n° 119: 305-340, julio-diciembre de 2009. Accesado el 06 de mayo de 2017. <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n119/n119a18.pdf>

NORMATIVA NACIONAL

- ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de la República de Costa Rica de 1949.
- ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Código Civil. Ley 63, del 1 de enero de 1888.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos. Ley 8454, del 30 de agosto del 2005.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Ley Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales. Ley 8968, del 07 de julio de 2011.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Ley 7472, del 19 de enero del 1995.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Ley sobre Resolución Alternativa de Conflictos y Promoción de la Paz Social. Ley 7727, del 14 de enero de 1998.

PODER EJECUTIVO DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Manual de Procedimientos Centro de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo Programa Casas de Justicia de la Dirección de Apoyo al Consumidor. Decreto Ejecutivo 32742, del 26 de julio del 2005.

PODER EJECUTIVO DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Reglamento a la Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Decreto Ejecutivo 37457, del 02 de noviembre de 2012.

PODER EJECUTIVO DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Reglamento al Capítulo IV de la Ley sobre Resolución Alternativa de Conflictos y Promoción de la Paz Social. Decreto Ejecutivo 32152, del 27 de octubre de 2004.

PODER EJECUTIVO DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Reglamento a la Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos. Decreto Ejecutivo 33018, del 20 de marzo del 2006.

PODER EJECUTIVO DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Decreto Ejecutivo 37899, del 23 de setiembre del 2013.

NORMATIVA INTERNACIONAL

Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales.

Directiva 93/13/CEE del Consejo de 5 de abril de 1993 sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

Directiva 97/66/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de diciembre de 1997 relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las telecomunicaciones.

Directiva 98/27/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo de 1998 relativa a las acciones en materia de protección de los intereses de los consumidores.

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre comercio electrónico).

Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 7 de marzo de 2002 relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas (Directiva Marco).

Directiva 2008/52/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2008 sobre ciertos aspectos de la mediación en asuntos civiles y mercantiles.

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

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) n o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).

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

Ley española 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la 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.

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.

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

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.

Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1051 de la Comisión de 1 de julio de 2015 sobre las modalidades para el ejercicio de las funciones de la plataforma de resolución de litigios en línea, sobre las modalidades del impreso electrónico de reclamación y sobre las modalidades de cooperación entre los puntos de contacto previstos en el Reglamento (UE) 24/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo.

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, publicada en el Diario Oficial n.º C 326 del 26 octubre de 2012.

RESOLUCIONES JUDICIALES

SALA CONSTITUCIONAL DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA. Resolución 11153-2007 de las 02:47 horas del 01 de agosto de 2007.

SALA PRIMERA DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA. Resolución 561-2016 de las 14:35 horas del 09 de junio de 2016.

TRIBUNAL SEGUNDO CIVIL DE SAN JOSÉ. Resolución 364 de las 11:30 horas del 09 de noviembre de 2014.

NOTAS PERIODÍSTICAS

ALFARO, DAGOBERTO. "Ticos cada día traen más cosas de China y de Estados Unidos". Telenoticias, 04 de abril, 2018. Accesado el 13 de abril de 2018. <https://www.teletica.com/190514-ticos-cada-dia-traen-mas-cosas-de-china-y-de-estados-unidos>

BARQUERO, KARLA. "Ahora puede resolver conflictos en línea". CR Hoy, 08 de junio de 2016. Accesado el 13 de abril de 2017. <http://www.crhoy.com/archivo/ahora-puede-resolver-conflictos-en-linea/nacionales/>

CORDERO SANCHO, MÓNICA. "Desarrollo del comercio electrónico camina más rápido que la actualización de la ley". El Financiero, 03 de noviembre de 2013. Accesado el 20 de julio de 2016. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/desarrollo-del-comercio-electronico-camina-mas-rapido-que-la-actualizacion-de-la-ley/US3ZH0HVfJDCDGMHLDMP4OGO2Y/story/>

EFE, "La aplicación para citas gays Grindr compartió datos sobre VIH de usuarios". El Mundo, 03 de abril de 2018. Accesado el 21 de julio de 2018. <http://www.elmundo.es/internacional/2018/04/03/5ac32791e2704e86268b45d4.html>

JIMÉNEZ, ROSA. "Uber ocultó durante un año un robo que afectó a 57 millones de cuentas". El País, 22 de noviembre de 2017. Accesado el 21 de julio de 2018. https://elpais.com/economia/2017/11/21/actualidad/1511304375_754484.html

PÉREZ DAMASCO, DIEGO. "Comercio electrónico local es un mercado con gran potencial en Costa Rica". Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC). Accesado el 20 de julio de 2016. <http://www.camtic.org/actualidad-tic/comercio-electronico-local-es-un-mercado-con-gran-potencial-en-costa-rica/>

ROOSE, KEVIN y FRENKEL, SHEERA. "Los planes de Facebook tras el escándalo de robo de datos". The New York Times, 26 de marzo de 2018. Accesado el 21 de julio de 2018. <https://www.nytimes.com/es/2018/03/26/facebook-mark-zuckerberg-cambridge-analytica/>

OTROS

GOÑI DÍAZ, MARYCRUZ. Entrevista a la Jefa de la Plataforma de la Plataforma de Atención al Consumidor. Realizada el 07 de septiembre de 2018.

MINISTERIO DE ECONOMÍA INDUSTRIA Y COMERCIO. Memoria Institucional 2017.

ULATE QUESADA, ERICK. Entrevista al Presidente de Asociación Consumidores de Costa Rica. Realizada el 04 de septiembre de 2018.

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA APLICADA AL SEÑOR ERICK ULATE QUESADA, PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN CONSUMIDORES DE COSTA RICA.
04 DE SEPTIEMBRE DE 2018

1. ¿Cuál es su opinión sobre el estado actual de la normativa relacionada con la protección del consumidor en Costa Rica?
2. ¿Considera necesario realizar algún tipo de reforma legal o reglamentaria con el objetivo de mejorar la protección del consumidor en Costa Rica?
3. Costa Rica está en proceso de incorporación a la OCDE. ¿Considera que la normativa actual cumple con los estándares de protección al consumidor que tienen los otros países miembros de dicha organización?
4. En caso de ser necesarias las reformas. ¿Cuáles cree usted que serían esas reformas?
5. ¿Considera usted que el consumidor cuenta con suficientes herramientas para presentar reclamos ante el MEIC respecto de alguna infracción a LPCDEC o incumplimiento contractual?
6. En los últimos años en Costa Rica se ha incrementado el uso de plataformas en línea para realizar compra de bienes y servicios. ¿Ha escuchado el concepto de consumidor electrónico?
7. ¿En su opinión la legislación actual protege al consumidor electrónico ante posibles infracciones contra la LCPCDEC o incumplimientos contractuales?
8. ¿Ha recibido la organización Consumidores de Costa Rica reclamos de consumidores por compras en línea?
9. ¿Qué tipo de asesoría o acompañamiento brinda la organización Consumidores de Costa Rica a los consumidores cuando el consumidor acude por tener reclamos relacionados con compra de bienes y servicios en línea?
10. ¿Considera viable aplicar métodos de RAC para conflictos de consumo electrónico?
11. ¿Ha escuchado de la plataforma de Resolución Alternativa de Conflictos en Línea de la UE?

12. ¿Cree que es posible implementar una plataforma similar en Costa Rica para resolver conflictos de consumo?
13. ¿Cuál institución podría estar a cargo de una plataforma similar en Costa Rica?
14. ¿Considera necesario realizar alguna reforma para implementar este tipo de plataforma?
15. ¿Sería necesaria una reforma legislativa o reglamentaria?

ANEXO 2

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA APLICADA A LA SEÑORA MARICRUZ GOÑI DÍAZ, JEFA DEL
DEPARTAMENTO PLATAFORMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR DEL MEIC.
07 DE SEPTIEMBRE DE 2018

1. ¿Cuál es su opinión sobre el estado actual de la normativa relacionada con la protección del consumidor en Costa Rica? 7472
2. ¿Considera necesario realizar algún tipo de reforma legal o reglamentaria con el objetivo de mejorar la protección del consumidor en Costa Rica?
3. Costa Rica está en proceso de incorporación a la OCDE. ¿Considera que la normativa actual cumple con los estándares de protección al consumidor que tienen los otros países miembros de dicha organización?
4. En caso de ser necesarias las reformas. ¿Cuáles cree usted que serían esas reformas?
5. Usted me podría describir de forma breve cuál es procedimiento que se debe seguir un consumidor para presentar una denuncia por infracciones a la LPCDEC.
6. ¿En su opinión existe claridad en torno a cuál institución debe acudir el consumidor dependiendo del tipo de denuncia o reclamo que tenga?
7. ¿Considera usted que para la tramitación del procedimiento ordinario por infracciones al LPCDEC deba de aplicarse en procedimiento de la Ley General?
8. En los últimos años en Costa Rica se ha incrementado el uso de plataformas en línea para realizar compra de bienes y servicios por parte de los consumidores. ¿Ha escuchado el concepto de consumidor electrónico?
9. ¿En su opinión la legislación actual protege al consumidor electrónico ante posibles infracciones contra la LPCDEC o incumplimientos contractuales?
10. ¿Con qué herramientas cuenta el consumidor electrónico que desea presentar un reclamo ante el MEIC respecto de alguna infracción a LPCDEC o incumplimientos contractuales?
11. ¿Ha recibido el MEIC reclamos de consumidores por compras en línea?
12. ¿Cuál es el tipo de procedimiento que se sigue en estos casos?

13. ¿Ha implementado el MEIC alguna medida para elevar el nivel de protección del consumidor electrónico?
14. ¿Cuál es la experiencia de la PACO en la aplicación de mecanismos de RAC en materia de consumo?
15. ¿Considera viable aplicar métodos de RAC para conflictos de consumo electrónico?
16. ¿Ha escuchado de la plataforma de Resolución Alternativa de Conflictos en Línea de la UE?
17. ¿Cree que es posible implementar una plataforma similar en Costa Rica para resolver conflictos de consumo?
18. ¿Cuál institución podría estar a cargo de una plataforma similar en Costa Rica?
19. ¿Considera necesario realizar alguna reforma para implementar este tipo de plataforma?
20. ¿Sería necesaria una reforma legislativa o reglamentaria?