



This is the **published version** of the bachelor thesis:

Espinoza Chamba, Marvin Paul; Suquet Capdevila, Josep, dir. Resolución de disputas internacionales en eCommerce : el caso de uso de Deporvillage. 2024. (Grau de Dret)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/303655>

under the terms of the  license



RESOLUCIÓN DE DISPUTAS INTERNACIONALES EN ECOMMERCE: EL CASO DE USO DE DEPORVILLAGE

TRABAJO DE FINAL DE GRADO

UAB, GRADO DE DERECHO, 2023-2024

TUTOR - Josep Suquet Capdevila

Marvin Paul Espinoza Chamba

13 de mayo de 2024

ÍNDICE

ABREVIATURAS UTILIZADAS

I.	INTRODUCCIÓN	1
1.	METODOLOGÍA	2
2.	INTERÉS	3
3.	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN HIPOTESIS	4
II.	RESOLUCIÓN DE DISPUTAS – MARCO CONTEXTUAL	5
1.	REGLAMENTO DSA.....	9
2.	SISTEMA INTERNO DE GESTIÓN DE RECLAMACIONES	12
3.	SISTEMAS ADR - RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE LITIGIOS	15
III.	CASO DE USO - DEPORVILLAGE	20
1.	SISTEMA INTERNO DE GESTIÓN DE RECLAMACIONES – CASO DE USO	21
	A. EXTRAVÍO.....	22
	B. FALSAS ENTREGAS	24
2.	SISTEMAS ADR - RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE LITIGIOS	28
IV.	ALGUNAS CONCLUSIONES.....	31

WEBGRAFÍA Y BIBLIOGRAFÍA

LISTADO DE LEGISLACIÓN

ABREVIATURAS UTILIZADAS

ADR: Alternative Dispute Resolution

ATC: Atención al Cliente

CLS: Colissimo

DSA: Digital Service Act

EM: Estados Miembros

MASC: Medios Alternativos de Solución de Conflictos

MERC: Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos

MIE: Mercado Interior Europeo

MUD: Mercado Único Digital

ODR: Online Dispute Resolution

RDL: Resolución de Disputas en Línea

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación

UE: Unión Europea

I. INTRODUCCIÓN

Los comercios que prestan sus servicios en línea han crecido exponencialmente gracias al desarrollo tecnológico, incorporar de manera progresiva las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones, creó una nueva etapa en la historia de las actividades mercantiles¹. Ante este crecimiento exponencial, las normativas han tenido que adaptarse a las nuevas situaciones existentes entre consumidores y comercios.

La posibilidad de resolver una disputa en línea desarrolló una herramienta predilecta para cualquier tipo de comercio que presta un servicio en línea. Los comercios adoptaron una metodología capaz de ofrecer transparencia y protección, que hacía falta a la parte compradora, para ver sus derechos protegidos, y, además, esto ayudó a promover el comercio del sector de los servicios prestados de cada empresa implicada.

Sin embargo, no todas las resoluciones que se pueden dar a las disputas en línea siguen la misma metodología para ofrecer una respuesta, dejando así un margen al comerciante para que aplique un sistema propio, pero siempre ajustado a las obligaciones del marco jurídico.

El siguiente trabajo se centra en la investigación y verificación de la aplicación de los reglamentos y normas, como de la metodología de resolución de conflictos que ofrece un eCommerce². En esta ocasión en concreto, el caso de uso de DEPORVILLAGE.

En este comercio, el departamento de atención al cliente ofrece una resolución delante de las incidencias de los clientes donde aparecen problemas en el transcurso del pedido. Según las Condiciones de Compra de este eCommerce, las resoluciones que se

¹ PAZ LLOVERAS, E., *Libro Blanco sobre Mecanismos Extrajudiciales de Solución de Conflictos en España*, diciembre 2022, Ministerio de Ciencia y Tecnología.

² El eCommerce, o comercio electrónico, es un sistema de compra y venta de productos o servicios que se realiza exclusivamente a través de Internet. Se refiere a las transacciones entre compradores y vendedores mediante una plataforma online que gestiona los cobros y los pagos de manera completamente electrónica

pueden ofrecer al cliente siempre finalizan de la misma manera, pero pueden variar según el caso en particular; extravío o falsa entrega. Además, cada agente de este departamento deberá proceder con el método que toque según el caso en específico.

1. METODOLOGÍA

A lo largo del presente trabajo, para poder abordar la aplicación de la normativa relativa a las resoluciones de conflictos en un comercio en línea, cabe discernir sobre los reglamentos aplicables en los tipos de comercios en línea, por tanto, en la normativa del comercio electrónico, la normativa europea y la normativa interna del propio eCommerce; DEPORVILLAGE. Esta última nos servirá para concretar la adecuación y transparencia del comercio en línea y, por tanto, de la adaptación de los principios de la Unión Europea en el ámbito de resoluciones extrajudiciales que pueden permitir que una empresa mediana o pequeña pueda ofrecer para protegerse ante el consumidor y las grandes empresas.

Ello implica corroborar que se esté aplicando la normativa pertinente para este tipo de comercio, como del mismo modo, tener en consideración que los servicios ofrecidos no solo se centran en España y en otros países europeos, sino que también son ofrecidos en países fuera de la Unión Europea como Canadá, Suiza, Inglaterra, etc. Asimismo, diferenciar el marco normativo para el siguiente estudio, es de suma importancia para distinguir el ámbito de aplicación que estudiaremos en profundidad.

Ante lo anterior expuesto, hay que añadir que el ámbito de estudio no solo se centra en las resoluciones de las incidencias en territorio español. También tendremos en cuenta las incidencias del territorio francés, por lo que el ámbito de resoluciones se amplía para poder ofrecer otra perspectiva más al estudio de la aplicación de estos conceptos.

Una vez finalizado esta etapa, verificaremos la aplicación de estas normas concretas en el caso de uso. Utilizaremos la metodología interna que se utiliza con los clientes, y obtendremos claros ejemplos de cómo se resuelven internamente las incidencias y, así, constatar la aplicación correcta, o no, del reglamento.

Finalmente, podremos discernir sobre si la metodología que se lleva a cabo ofrece la transparencia y seguridad necesaria a los consumidores, si los objetivos marcados por las normativas se cumplen, y si el marco jurídico aplicado también protege a las empresas y no solo a los consumidores.

2. INTERÉS

Actualmente, trabajando en el departamento de atención al cliente, llevo a cabo la gestión de las incidencias de los clientes en sus pedidos, tanto del dominio francés, como del dominio español. Esta posición interna me permite la posibilidad de obtener de primera mano la información necesaria para poder completar la parte práctica de la investigación.

Al mismo tiempo, me resulta interesante tener la oportunidad de verificar si la resolución de conflictos interno, que hasta ahora lleva aplicando la política de DEPORVILLAGE, se ajusta a lo que quiere establecer la norma.

Es una gran oportunidad para poder mejorar aquellos aspectos que no se estuvieran tratando correctamente, como también aquellos puntos que no estuvieran aplicados en la política de resoluciones interna de la página web.

De esta manera, facilitaríamos una resolución de conflictos compatible a la norma, aplicándose de la mejor manera posible. Se podría facilitar un margen de movimiento más

adecuado para los agentes que pertenecen a este departamento, ofreciendo unas pautas sencillas para solucionar los conflictos que se generan. Esto podría crear un nuevo espacio, donde el consumidor, pueda encontrar la ayuda necesaria y, sobre todo, fidelizándolo y animándolo a seguir confiando en DEPORVILLAGE. Como también, se protegerían los intereses del comercio.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN HIPÓTESIS

Para la investigación y resolución de este trabajo, nos centraremos en responder la siguiente pregunta de investigación:

- *¿El caso de uso de DEPORVILLAGE se adecua a los artículos 20 y 21 de la Ley de servicios digitales, Reglamento de la UE 2022/2065?*

II. RESOLUCIÓN DE DISPUTAS - MARCO CONTEXTUAL

La prestación de servicios en línea se ha convertido en una vía importante para todo comercio que desea ampliar el horizonte de su mercado, permitiendo ampliar el abanico de oportunidades gracias a la plataforma de Internet. El desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha permitido el incremento de interacción entre los individuos sin necesidad de un contacto directo.

No es de ignorar, que el este desarrollo de las eCommerce ha obligado a regular y crear marcos normativos que se adaptasen a las nuevas situaciones entre comerciante/comercio y comprador. Actualmente, cualquier consumidor puede celebrar contratos de compraventa o de servicios en línea.

Por ello, cabe tener en cuenta que aun que existe una gran variedad de sistemas en toda la UE de cooperación entre el sector público y la industria como con los consumidores, esto no implica que la cobertura para los Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos (MERC) o Alternative Dispute Resolution (ADR) estén en el mismo punto de desarrollo.

Uno de los objetivos inscritos por la Unión Europea y el crecimiento del mercado interior, se centra en proteger a los usuarios de plataformas de intermediación en línea y de la posición privilegiada de estas por la imposición unilateral de las condiciones en las relaciones contractuales³. Esto también lo podemos ver inscrito, en el artículo 38 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, donde dispone que las políticas de la Unión deben garantizar un nivel elevado de protección de los consumidores⁴. Por ende, para que estos obtengan una confianza en las compras

³ MORALES, J., *Resoluciones de Disputas en Línea, Las Claves de la Mediación Electrónica*, 2021, editorial MEDIA.

⁴ Carta de los Derecho Fundamentales de la Unión Europea. Diario Oficial de la Unión Europea, 2010/C83/02, de 30 de marzo de 2010

transfronterizas en el mercado interior, es esencial que haya un procedimiento de resolución de litigios competente.

Otro de los objetivos de la UE se centra en proteger los principios de transparencia, igualdad y discriminación, además del reconocimiento de las libertades de establecimiento y de prestación de servicios que influyen a valorar la compatibilidad del derecho europeo con las restricciones estatales que puedan establecerse.

Asimismo, hay que recalcar que las funciones esenciales de un Estado de Derecho se centran en garantizar la tutela de los derechos e intereses de los ciudadanos.⁵ Por lo que las normativas estatales también deben favorecer a estos principios antes mencionados.

Dentro de este ámbito, y para poder situar el marco normativo para tener en cuenta, destacamos la Directiva 2013/11 UE⁶. En la cual se desarrolla el potencial del mercado interior, centrando el interés en el conocimiento claro y conciso, de los procedimientos para la resolución alternativa en todos los tipos de litigios, nacionales y transfronterizos. Ganando así, la confianza en el mercado interior y la protección de ambas partes. En esta normativa, además, se ofrecen unos principios que se estiman obligatorios para las entidades encargadas de la resolución alternativa de litigios, algunos de ellos; principio de independencia e imparcialidad, principio de conocimiento especializado, de transparencia, de equidad y contradicción, etc.

⁵ SAN CRISTOBAL, S., *Sistemas alternativos de resolución de conflictos: negociación, conciliación, mediación, arbitraje, en el ámbito civil y mercantil*. Anuario Jurídico y Económico Escurialense. XLVI (2013) 39-62 / ISSN: 1133-3677. 2012

⁶ DIRECTIVA 2013/11 UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo)

A continuación, en el desarrollo de esta directiva, se nombra la interrelación con el Reglamento 524/2013 UE⁷, el cual establece la creación de una plataforma de resolución de litigios en línea que ofrece a los consumidores y a los comerciantes una herramienta única para la resolución extrajudicial de litigios en línea o también denominado ODR (online dispute resolution) mediante las entidades de resolución alternativas. Estas entidades, vinculadas a la plataforma de resoluciones y ofreciendo una respuesta alternativa al caso a través de un procedimiento de calidad para ambas partes.

De la misma manera, la UE recientemente ha publicado un Reglamento para proteger los derechos de los usuarios en el entorno digital; el Reglamento 2022/2065 UE⁸, relativo a un mercado único de servicios digitales o Ley de Servicios Digitales – en adelante ley DSA. El objetivo es contribuir al funcionamiento del mercado europeo interior de servicios intermediarios, por lo que busca la armonización normativa para crear un marco en línea seguro y donde se protejan los derechos de los consumidores. El texto establece un conjunto de obligaciones armonizadas de diligencia debida para aquellos prestadores de servicios que quieran formar parte del mercado interior.

Estas obligaciones promueven la resolución de un eventual litigio de forma sencilla y veloz, pero, además, es útil para las empresas europeas ya que se facilitan instrumentos eficaces para mantener su reputación y preservar la confianza de sus clientes.

Siguiendo lo que se ha mencionado previamente, y teniendo en cuenta que más adelante en el caso de uso expondremos la metodología de resolución para incidencias con pedidos hechos en el dominio francés, mencionaremos brevemente la transposición de la normativa europea en resolución alternativa de litigios en este estado miembro.

⁷ Reglamento 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) n o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE

⁸ Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales)

Por un lado, en estado miembro se presenta un esquema inusual para la mediación, dominado por mediadores de empresas. En el año 2001, la Ley 2001-1168 de 11 diciembre, obligaba al establecimiento a designar uno o varios mediadores y en el siguiente año, se creó el “Club des Médiateurs du Service Public” que agrupaba a los mediadores de las organizaciones públicas o privadas. Conviene precisar, que las asociaciones de consumidores no tienen finalidad lucrativa y, de manera general, su actividad consiste en la información y defensa de los consumidores y sus intereses. Desde el 2010, se creó la Comisión de la Mediación y del Consumo, que tiene como objetivo garantizar la mediación en materia de consumo y respetar los criterios esenciales para su buena ejecución.

Por otro lado, para el arbitraje en Francia, cabe mencionar que los laudos arbitrales dictados en el extranjero pueden ser reconocidos en este estado si su existencia es establecida por aquél que lo invoca y si ese reconocimiento no es contrario al orden público internacional. Los laudos pueden ser entonces ejecutables, por el juez de la ejecución y para ello, además, debe acompañarse el convenio original de arbitraje y del laudo, o las copias y traducción pertinentes.

Expuesto el marco normativo necesario, cabe mencionar, ahora, las herramientas extrajudiciales de resolución de conflictos que se desarrollan gracias al Reglamento DSA. Además, cabe tener en cuenta que estas son aplicadas en este caso, dentro del sistema de Resolución de Disputas en Línea (RDL) o, Online Dispute Resolution (ODR). Entonces, su objetivo se entiende como la comunicación mediada de resoluciones extrajudiciales a través de procesos tecnológicos. En definitiva, una resolución de disputas tradicional con las ventajas de Internet, obteniendo así, un instrumento que amplía las acciones y la protección de ambas partes. Por ello, se pueden entender como una forma avanzada de los MERC.

Dentro de este reglamento ya mencionado, podemos destacar dos conceptos vinculantes que nos servirán para poder desarrollar la materia sobre las herramientas de resolución extrajudicial. Por un lado, el artículo 20, Sobre el sistema interno de gestión

de reclamaciones y, por otro lado, el artículo 21 sobre la Resolución extrajudicial de litigios. En ambos casos, es oportuno resaltar que estos instrumentos otorgan la oportunidad de solventar las controversias entre ambas partes sin recurrir a mecanismos contenciosos, con el fin de obtener un resultado que pueda satisfacer a ambos y agilizar cualquier tipo de resolución.

1. REGLAMENTO DSA

Uno de los objetivos de la Unión Europea, es lograr un Mercado Único Digital⁹ (MUD) que pueda aprovechar plenamente la nueva era digital. Por ello, fomenta la compra en línea a través de las fronteras y a las empresas, la posibilidad de vender y/o ofrecer sus servicios por toda la zona europea sin barreras transfronterizas. Así, el objetivo de un mercado común sin barreras nacionales para las transacciones en línea puede obtener un desarrollo más rápido y puede dar beneficios a todo el territorio europeo¹⁰.

Uno de los detonantes para incrementar la aceleración de la digitalización fue la pandemia¹¹. Así, muchas empresas consiguieron expandir su mercado, implementaron modelos de trabajo adaptados a la situación, como los modelos de “teletrabajo”, para poder gestionar y salvaguardar la productividad conseguida. Pero no todo fue positivo, de la misma manera que se aportaba un gran crecimiento del mercado, las nuevas situaciones afectaban al mercado interior, y consigo a los objetivos del MUD de la UE.

Las empresas del mercado de la UE no disponían de mecanismos de recursos efectivos con que resolver los litigios, y, no se aprovechaba el pleno potencial de la economía de las plataformas digitales. Asimismo, la visibilidad en las plataformas en

⁹ Un mercado interior único sin fronteras, Diario Oficial de la Unión Europea, Web Oficial de la Unión Europea.

¹⁰ “La ubicuidad del mercado único digital” Parlamento Europeo. Web Oficial del Parlamento Europeo.

¹¹ MERINO. A., *La carrera hacia la digitalización en el mundo*, elordenmundial.com.

línea como en los motores de búsqueda afectaban directamente al volumen de ventas de las empresas, y, por ende, las prácticas opacas en estas podían surtir un efecto perjudicial en las ventas de las empresas.

Además, las divergencias entre las normas de Derecho nacional afectan negativamente al mercado, y, por lo tanto, la armonización de las normas y condiciones para ofrecer una prestación de servicios libre es un objetivo necesario para cumplir.

La Directiva 2000/31/CE, tenía como objetivo la cooperación de los Estados Miembros (EM) con la finalidad de poder crear un mercado interior que garantizase la circulación libre de los servicios de la sociedad de la información entre estos. Sin embargo, esta normativa quedó obsoleta ante los avances tecnológicos, las TIC, y, en consecuencia, se crearon lagunas legales en su texto. A fin de salvaguardar, proteger y mejorar este funcionamiento en el mercado europeo, se adopta un nuevo conjunto de normas uniformes de obligado cumplimiento en el Reglamento UE 2022/2065 relativo a un mercado único de servicios digitales.

El presente reglamento, se aplica a los prestadores de servicios intermediarios, es decir, cualquier servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a través de vía electrónica y a petición de un destinatario. Cabe recordar, que las plataformas en línea son una herramienta que ofrece el acceso más fácil y rápido a los mercados transfronterizos y son cruciales para todas aquellas empresas que desean crecer y ampliar su mercado a otros países. Por lo que su uso ha sido masificado a través de las TIC.

A la misma vez, la aplicación del Reglamento DSA, no supone ningún tipo de derogación de otras leyes europeas que regulan y están destinadas a la prestación de servicios, por lo que pueden coexistir para servir como guía para todas las entidades que no formen parte en estas.

Dentro de este marco normativo armonizado, encontramos varios ejemplos de legislación que cabe destacar, sin revisar con detenimiento, al aplicarse junto al Reglamento DSA.

De estas normativas, destaca la Ley 34/2002¹² en España, ya que potencia los instrumentos de resolución extrajudicial de conflictos por medio electrónicos, así lo podemos ver en el artículo 32¹³, además es la transposición de la Directiva 2000/31/CE, conocida como directiva sobre el comercio electrónico en la cual se desprende la interpretación de la actuación de los EM hacia los prestadores de servicios en línea y sus obligaciones, como así de lo dispuesto en el artículo 17 de la Directiva sobre las soluciones extrajudiciales de litigios, donde se garantiza que se proporcione un procedimiento adecuado a las partes afectadas para poder reclamar sin que la normativa interna del EM entorpezca esta.

Esta marco regula las relaciones entre un eCommerce y la plataforma en línea, y nos demuestra el afán de la UE por armonizar y conseguir un fundamento normativo en este campo.

Expuesto lo anterior, en desarrollo a los objetivos del reglamento 2022/2065, extenderemos el objetivo del artículo 20¹⁴, sobre el Sistema interno de gestión de reclamaciones y el artículo 21¹⁵, sobre la Resolución extrajudicial de litigios.

Así, cabe diferenciar rápidamente estos dos sistemas para poder verificar correctamente la aplicación en el caso de uso; El sistema interno de tramitación de

¹² Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Boletín Oficial del Estado (BOE). Núm. 166, 12 de julio 2002.

¹³ Ley 34/2002. Artículo 32. Solución extrajudicial de conflictos.

¹⁴ Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales). Boletín Oficial del Estado, núm. 277, de 27 de octubre de 2022. Artículo 20. Sistema interno de gestión de reclamaciones.

¹⁵ Reglamento (UE) 2022/2065. Artículo 21. Resolución extrajudicial de litigios.

reclamaciones trata de una resolución de una incidencia interna, entre un departamento ofrecido por el comerciante, (generalmente denominado como servicio de atención al cliente) y el comprador. Sin ningún tipo de ayudante externo ni contacto directo entre ambos.

La resolución extrajudicial de litigios es conocida como un sistema alternativo extrajudicial de resoluciones, donde un tercero ofrece un servicio para que las partes puedan llegar a un acuerdo mutuo y que les favorezca, sin tener que llegar a los juzgados.

2. SISTEMA INTERNO DE GESTIÓN DE RECLAMACIONES

En primeros términos hemos concretado el objetivo del mercado interior de la UE y la vinculación con el Reglamento DSA. Ahora haremos hincapié en uno de los artículos vinculantes sobre las obligaciones de las empresas para los profesionales.

En el artículo 20, se desarrolla el sistema interno de gestión de reclamaciones, el cual debe facilitar un sistema de gestión interno durante un plazo mínimo de seis meses a los destinatarios de su servicio. Con el fin de lograr este objetivo, se establecerán normas dirigidas a asegurar la transparencia en las operaciones y el cumplimiento de las obligaciones por parte de los proveedores de servicios¹⁶. Los proveedores estarán obligados a comunicarse de forma unívoca y mantener al día los términos y condiciones generales de su servicio, así como notificar acerca de cualquier alteración significativa de los mismos. Mediante la formulación de un conjunto de disposiciones y deberes, el objetivo de este sistema es influir en el modo en que se ofrecerán los servicios, para conseguir establecer un entorno en línea seguro, predecible y confiable. Con lo que deben

¹⁶ Reglamento (UE) 2022/2065. Artículo 20. 4. Los prestadores de plataformas en línea tratarán las reclamaciones presentadas a través de su sistema interno de gestión de reclamaciones en tiempo oportuno y de manera no discriminatoria, diligente y no arbitraria. Cuando una reclamación contenga motivos suficientes para que el prestador de la plataforma en línea considere que su decisión de no atender a la notificación sea infundada o que la información a que se refiere la reclamación no es ilícita ni incompatible con sus condiciones generales, o contenga información que indique que la conducta del reclamante no justifica la medida adoptada, revertirá la decisión a que se refiere el apartado 1 sin dilación indebida.

tener la supervisión de personal cualificado, para el control de esta gestión, y sin remitirse exclusivamente a la ayuda de medios automatizados¹⁷.

Para extraer su concepto, debemos entender que este sistema ayuda a que las partes adopten una actitud resolutoria, ofreciendo la posibilidad de una comunicación directa y la obtención de una respuesta más rápida. Así es, para poder obtener un entorno en línea seguro, predecible y fiable, como está inscrito en el objetivo del artículo 1.1¹⁸ de dicha ley, y proteger los derechos fundamentales y el principio de protección de los consumidores. Por consiguiente, este sistema reconoce que, con el propósito de alcanzar dicha meta, es imperativo observar las obligaciones de transparencia tanto de las operaciones del comercio como de la comunicación empresarial.

Asimismo, es imperativo resaltar que esto no exime que el sistema interno no pueda verse afectado por las medidas que el comercio desee implementar en su política comercial. Ejemplificaciones específicas al respecto se pueden encontrar tanto en los términos y condiciones que se aceptan en el momento de realizar una compra, como también en las estipulaciones de venta accesibles en el portal web de dicho comercio. Sin embargo, es crucial destacar que dichas disposiciones contractuales deben cumplir con los principios de la normativa y sin menoscabar los derechos fundamentales de los consumidores que esta quiere proteger.

De igual manera, tanto la política de compra como las condiciones de venta favorecen a crear un soporte donde la empresa puede ejercer las acciones pertinentes para

¹⁷ Reglamento (UE) 2022/2065. Artículo 20. 6. Los prestadores de plataformas en línea velarán por que las decisiones a que se refiere el apartado 5 se adopten bajo la supervisión de personal adecuadamente cualificado y no exclusivamente por medios automatizados.

¹⁸ Reglamento (UE) 2022/2065; Artículo 1. Objeto. El objetivo del presente Reglamento es contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior de servicios intermediarios estableciendo normas armonizadas para crear un entorno en línea seguro, predecible y fiable que facilite la innovación y en el que se protejan efectivamente los derechos fundamentales amparados por la Carta, incluido el principio de protección de los consumidores.

2. El presente Reglamento establece normas armonizadas sobre la prestación de servicios intermediarios en el mercado interior. En particular, establece: a) un marco para la exención condicionada de responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios; b) normas sobre obligaciones específicas de diligencia debida adaptadas a determinadas categorías específicas de prestadores de servicios intermediarios; c) normas sobre aplicación y ejecución del presente Reglamento, por ejemplo, en relación con la cooperación y coordinación entre autoridades competentes.

la resolución de cualquier incidencia y así, transmitir la información necesaria cumpliendo con el principio de transparencia del Reglamento DSA. No solo la protección de los consumidores se ve reflejada, pero también la protección de los comercios en cuanto puede obtener una base normativa que protege sus intereses.

También cabe destacar, los motivos por los cuales se pueden presentar las reclamaciones pertinentes a través de los medios electrónicos. El primero de ellos, cuando recibe notificación del prestador, y no esté de acuerdo con la decisión; el segundo, cuando el prestador crea que la información aportada por los destinatarios se funda en un contenido incompatible con las condiciones generales, o si la información llegará a ser ilícita.

En este sentido, teniendo en cuenta el caso de uso de nuestro eCommerce, verificaremos más adelante en los casos donde los motivos para reclamar son; retirada de la información o bloqueo del acceso a la misma o restricción de su visibilidad y las decisiones de suspender o cesar la prestación del servicio, en todo o en parte, a los destinatarios, o de no hacerlo.

El sistema interno debe cumplir una serie de características para que cualquier persona interesada que quiera optar a ello, acceda y lleve a cabo su reclamación. La finalidad de crear un sistema, donde el usuario pueda comunicarse fácilmente con el prestador del servicio, recae en este último, ya que tendrá que abrir la reclamación oportuna, justificando su decisión y, además, tendrá la posibilidad de revertir esta.

Por último, pero igualmente relevante, todas las decisiones del proveedor deben ser objeto de supervisión por parte de personal cualificado en lugar de depender de sistemas que estén automatizados. Por ende, esta supervisión debe llevarse a cabo por personal instruido y no mediante herramientas digitales o artificiales.

3. SISTEMAS ADR – RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE LITIGIOS

El artículo 21 sobre Resolución Extrajudicial de Litigios (REL), permite a los beneficiarios del servicio, el derecho de seleccionar cualquier organismo de resolución extrajudicial de disputas (este obligatoriamente certificado de acuerdo con las prerrogativas del Reglamento 2022/2065). Los proveedores de plataformas en línea garantizarán que la información sobre la posibilidad de acceder a una resolución extrajudicial de disputas sea de fácil en el portal en línea, presentada de manera clara y sencilla. Se establecen criterios para la certificación de estos órganos, garantizando así su imparcialidad, competencia y accesibilidad¹⁹. Además, se establecen procedimientos de supervisión y comunicación en relación a la certificación de órganos de REL en el ámbito digital, sin que estas disposiciones no afecten a los procedimientos de resolución alternativa para los consumidores según lo establecido en la Directiva 2013/11/UE.

Para poder extraer el concepto de las resoluciones extrajudiciales y sus mecanismos para tener en cuenta para el presente trabajo, cabe primero mencionar el origen de estos mecanismos, como el desarrollo que se ha producido por las tecnologías.

El derecho a la tutela judicial efectiva es un principio que se recoge en el artículo 24 de la Constitución española²⁰, en este, no solo se obliga al Estado a dar respuesta a los conflictos jurídicos existentes, sino que también crea la necesidad de eliminar todo aquel obstáculo para el acceso a la justicia de los ciudadanos²¹. Así, la importancia de este

¹⁹ Reglamento (UE) 2022/2065. Artículo 21. 6. Los Estados miembros podrán establecer órganos de resolución extrajudicial de litigios para los fines del apartado 1 o colaborar en las actividades de todos o algunos de los órganos de resolución extrajudicial de litigios que hayan certificado de conformidad con el apartado 3. Los Estados miembros velarán por que ninguna de las actividades que lleven a cabo de conformidad con el párrafo primero afecte a la capacidad de sus coordinadores de servicios digitales para certificar a los órganos de que se trate de conformidad con el apartado 3.

²⁰ Constitución española, BOE núm. 311, de 29/12/1978. Artículo 24 - 1. Todas las personas tienen derecho a obtener la tutela efectiva de los jueces y tribunales en el ejercicio de sus derechos e intereses legítimos, sin que, en ningún caso, pueda producirse indefensión. 2. Asimismo, todos tienen derecho al Juez ordinario predeterminado por la ley, a la defensa y a la asistencia de letrado, a ser informados de la acusación formulada contra ellos, a un proceso público sin dilaciones indebidas y con todas las garantías, a utilizar los medios de prueba pertinentes para su defensa, a no declarar contra sí mismos, a no confesarse culpables y a la presunción de inocencia. La ley regulará los casos en que, por razón de parentesco o de secreto profesional, no se estará obligado a declarar sobre hechos presuntamente delictivos.

²¹ STS. De 9 de octubre de 1989 (RJ 1989, 6899)

derecho viene expuesta en que la protección al ciudadano no solo debe anclarse al número de derechos subjetivos que pueda tener, sino también a la efectividad de su protección. Por ello, esta solo puede llegar a conseguirse cuando el goce de las garantías del ciudadano, y sus posibilidades de recurso son puestos en prioridad ante el sistema jurídico.

El derecho constitucional español abrió paso no solo a no tener solo el proceso como única vía de resolución judicial, sino que adaptó nuevos conceptos a las nuevas actualizaciones informáticas y a las nuevas necesidades en el ámbito de consumo. Para poder ofrecer al ciudadano, equivalentes procesales, se crearon otras vías que permitían, en determinadas condiciones, acceder a una satisfacción efectiva y más rápida de los derechos vulnerados.

Por otro lado, la saturación de los tribunales de justicia y los dilatados plazos de los conflictos entre partes obligaron a promocionar otro tipo de resoluciones que pudieran dar satisfacción. Es por ello, que surgen la creación de los Medios Alternativos de Solución de Conflictos (MASC) o, los ya mencionados, Alternative Dispute Resolution (ADR), que promovieron el hecho de que, acudir a los tribunales, sea considerado como el último recurso para resolver un litigio entre partes²².

Múltiples beneficios apoyaban al desarrollo de estos sistemas, como la rapidez o como la posibilidad para el consumidor de aprovechar las posibilidades que ofrece el mercado interior. De la misma manera, la puerta ante este tipo de resoluciones se centra en la autonomía de la voluntad de las partes, dado que estas deben renunciar a la vía jurisdiccional y acudir a un mecanismo ADR. Por ello, esta característica preside la determinación de la resolución de las controversias transfronterizas, permite a las partes acogerse al método que estimen más apropiado, siempre que no sea contrario a la ley, a la moral o al orden público, pero además permite limitar las funciones del tercero interviniente como el mecanismo y su metodología a aplicar.

²² FERNANDEZ CUÑADO. R. (2013), *¿Qué son los sistemas ADR?*, Legal Translation, 1 febrero 2013.

Estos, no responden a los principios ni criterios generales del Poder Judicial, y son paralelas al proceso, pero no excluyentes. Se encuadran dentro del derecho de acceso a la justicia, promoviendo que a todo derecho le corresponda una acción que pueda ser reconocida en juicio. Estos tienen como objetivo garantizar que los consumidores puedan, de manera voluntaria, presentar una queja formal contra los comerciantes contratados ante una entidad correspondiente²³. Además, la complejidad técnica en algunos ámbitos sociales, han hecho que sea más recurrente asistir a sujetos especializados en busca de ayuda y de su gestión de la forma más adecuada al interés de las partes²⁴. Como también, a diferenciar los procedimientos en función de si las partes intentan resolver el conflicto entre ellas o por un tercero (binarios y terciarios), si son las partes la que lo solucionan o esta solución es dada por un tercero (autocompositivos y heterocompositivos) e incluso, teniendo en cuenta si se toma en consideración al tercero.

Así, los ADR, integran una gran variedad de figuras, entre las más relevantes, el arbitraje, la mediación, la conciliación y la negociación. Cabe definir, solo los dos conceptos que son aplicados en el caso de uso y los cuales comentaremos más adelante;

Por un lado, el arbitraje, es un proceso de resolución de conflictos de naturaleza vinculante por el que uno o más árbitros (por norma general impares), después de obtener la información pertinente, practicar las diligencias probatorias y escuchar a las partes, emiten una decisión conocida como el nombre de laudo²⁵, esta decisión tiene los efectos de cosa juzgada. Este mecanismo, está creado a partir de un régimen de autonomía de la voluntad, por el que las partes son las que, de manera voluntaria, proceden a llevar a cabo un arbitraje o lo pactan previamente en un contrato. Es de destacar, que existe una regulación específica sobre el arbitraje en todos los EM de la UE, aunque el ámbito de aplicación puede variar según el país en concreto. Además, puede haber casos en que, se

²³ SUQUET, J. (2015). *El marco jurídico europeo para la resolución de litigios en línea en materia de consumo*. The Boundaries of European Private International Law. Bruylant

²⁴ CARRASCO BLANCO. M. (2009), *La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro*. Anuario Jurídico y Económico Escorialense. Páginas. 129-152.

²⁵ PAZ LLOVERAS. E. (2002). *Libro Blanco sobre Mecanismos Extrajudiciales de Solución de Conflictos*. Proyecto i+Confianza. Aeonor.

lleve a cabo una mediación previa, pero que, sin acabar en acuerdo, las partes concuerden en someterse a un arbitraje para obtener una resolución. De igual manera, podemos encontrar el “arbitraje de consumo” que resuelve los conflictos de carácter vinculante entre empresas y consumidores siempre que ambas partes se sometan voluntariamente. La ventaja de esta reside en que los conflictos se resuelven con rapidez y de forma gratuita.

Los métodos comunes de arbitraje virtual proporcionan tanto plataformas para llevar a cabo todo el proceso de arbitraje en línea, como sistemas de comunicación y almacenamiento de los actos y documentos relacionados con el caso. Por ejemplo, la plataforma ECAF de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual permite acceder en línea tanto a un resumen del caso como a la información de contacto y los plazos pertinentes. También proporciona un registro completo de todas las interacciones entre las partes y el árbitro, que se incluirán en el expediente, junto con las conversaciones más informales en el tablero de mensajes, además de resumir la situación financiera.

Por otro lado, la mediación, se entiende como un proceso voluntario sobre la resolución de un litigio con la ayuda de un tercero neutral para que les guíe en la consecución de un acuerdo. Este actúa de forma neutral, imparcial y confidencial, y es la guía de las partes que ayuda a obtener un acuerdo. Puede comunicarse a través de reuniones privadas o en sesiones conjuntas. En esta instancia, la decisión nunca recae en el mediador, el papel de este no es imponer una solución, y la intervención de este, puede variar según el caso. Además, puede llegar el caso, en el que no se llegue a obtener un acuerdo entre las partes, por lo tanto, este mecanismo no asegura una resolución del conflicto al cien por cien. Algunas entidades, ofrecen servicios de mediación online de las que ofrecen a terceros el uso y disposición de su software y su plataforma online actividades que a veces no se dan conjuntamente en un mismo proveedor. De esta manera, con la plataforma online los actos del proceso de mediación cuentan con funcionalidades que permiten interponer la reclamación o la contestación a través de un formulario online hasta un foro de discusión para la comunicación entre el mediador y las partes²⁶.

²⁶ POBLET, M. et al, «*Tecnologías para la mediación en línea: estado del arte, usos y propuestas*», en Libro Blanco de la Mediación en Cataluña, Huygens, 2011., páginas 961 y siguientes.

Por otro lado, en otros servicios de mediación, las entidades ofrecen el acceso a salas virtuales para llevar a cabo procesos de mediación en línea mediante un pago correspondiente. Estas salas virtuales también están equipadas con un conjunto de herramientas de comunicación, como chats públicos o privados, pizarras electrónicas, videoconferencias o servicios de telefonía por Internet, que pueden ser utilizadas tanto por las partes involucradas como por el mediador.

El procedimiento de la mediación se caracteriza por su alta flexibilidad, con fases consecutivas que ofrecen diversas alternativas. A pesar de que se establecen protocolos, la documentación de cada expediente se mantiene a un nivel privado salvo solicitud expresa de las partes o en casos excepcionales. En el contexto de Cataluña, por ejemplo, se destaca la cuestión de la prolongada extensión de las mediaciones. Por un lado, se defiende que el mediado tenga autoridad para finalizar la mediación si considera que las posibilidades de alcanzar un acuerdo son mínimas y por otro, se sugiere establecer un límite temporal máximo para el proceso (mediaciones nacionales plazo de dos meses, y en las transfronterizas un plazo de 6 meses).

Estos sistemas se desarrollan también ante el interés de la Unión Europea sobre el derecho al acceso de la justicia de parte de los consumidores. Entendido este interés a la falta de la adecuación en determinados litigios de consumo y al crecimiento exponencial, mencionado anteriormente, de las relaciones transfronterizas entre consumidores y comercios de diferentes estados. El reconocimiento de las libertades crea la necesidad de valorar la compatibilidad actual del marco normativo nacional con el Derecho europeo, para poder verificar aquellas restricciones estatales y así, permitir a los comercios llevar a cabo sus obligaciones con la normativa.

III. CASO DE USO - DEPORVILLAGE

DEPORVILLAGE es un comercio en línea creado en 2010, con el objetivo de liderar el comercio de compraventa de productos de deporte. Más enfocado en el ciclismo, el outdoor y el running, fue creciendo y se incorporó en el mercado de venta de productos deportivos, primero en España, y seguidamente en toda Europa, en países como Francia, Italia, Portugal llegando, finalmente a más de 200 países de todo el mundo. Cabe destacar, que el impulso clave para ser uno de los líderes dentro de este ámbito, se realizó debido a la pandemia del COVID-19, donde el incremento de ventas creció bruscamente ante la subida del mercado en línea europeo e internacional.

En consecuencia, al tener más ventas, se creaban más oportunidades de que hubiera incidencias durante el proceso de creación de los pedidos hasta la entrega final al consumidor. Delante de esta nueva situación, el departamento de atención al cliente, encargado de responder a las incidencias de todos los clientes, se ha ido adaptando a las exigencias del mercado y a las exigencias y obligaciones de la normativa europea y estatal correspondientes. Actualmente cuenta con más de 20 agentes en su departamento, en el que ofrecen la gestión, ayuda y resolución de cada caso, como además responden ante las prerrogativas exigidas por el sector de ventas.

A continuación, para poder verificar las incidencias antes mencionadas, corroboraremos la aplicación de la reglamentación europea antes expuesta a este eCommerce y veremos casos reales anónimos sobre los dos tipos de incidencias más destacados en el departamento, los extravíos de pedidos y las falsas entregas, tanto de los clientes del dominio español, como del dominio francés. De esta manera, podremos corroborar si este comercio ofrece un servicio adecuado a la normativa, y qué posibles mejoras se pueden llevar a cabo para fomentar la seguridad, confianza y transparencia hacia los consumidores del mercado interior europeo.

1. SISTEMA INTERNO DE GESTIÓN DE RECLAMACIONES – CASO DE USO

Como anteriormente explicado, DEPORVILLAGE, facilita un sistema interno para las reclamaciones de los usuarios profesionales, a través de su departamento de Atención al Cliente (ATC). Este se encuentra disponible para los usuarios tanto por correo electrónico, como por vía telefónica, y ofrece una disponibilidad de lunes a viernes de 9 am a 18 pm. Además, el departamento de ATC ofrece una política de respuesta de 24 horas, para tratar de dar una rápida y satisfactoria resolución a las reclamaciones de los consumidores. A continuación, podemos ver la política interna que facilita en su página web: <https://www.deporvillage.com/ayuda> y donde se especifica el tipo de actuación que debe llevar a cabo el cliente para poder reclamar una incidencia. Este ejemplo es más en concreto, cuando reciben un producto dañado, un paquete en mal estado, o si el pedido es incorrecto o incompleto;

¿Qué tengo que hacer si recibo un producto dañado o un paquete en mal estado?

Cuando recepciones tu paquete es muy importante que el embalaje y el producto estén en perfecto estado. En caso contrario, no debes aceptar la entrega de este paquete a no ser que lo dejes notificado en el momento que lo recepciones para posteriormente revisarlo. Si compruebas cualquier incidencia, debes comunicárnoslo en un plazo máximo de 24h después de su recepción, ya que debemos informar a la empresa de transporte y reclamar los daños.

Para la reclamación, necesitaremos que nos envíes un correo con la foto del producto y la etiqueta exterior del paquete a atencionalcliente@deporvillage.com.

Por nuestra parte, te haremos una reposición de inmediato siempre que tengamos stock. En caso contrario, recibirás un vale por el importe del pedido.

[Volver arriba](#)

¿Qué debo hacer si mi pedido es incorrecto o incompleto?

Si detectas alguna incidencia (producto erróneo o faltante), por favor, contáctanos en un plazo máximo de 24 horas, se tramitará la devolución del producto erróneo y haremos lo posible para hacerte una reposición y entregarte el producto correcto. En caso de no disponer de stock, tramitaremos un abono.

IMPORTANTE: Para tramitar la reclamación, necesitaremos fotos del paquete recibido, incluyendo el embalaje exterior con sus etiquetas y también de las etiquetas del producto recibido.

[Volver arriba](#)

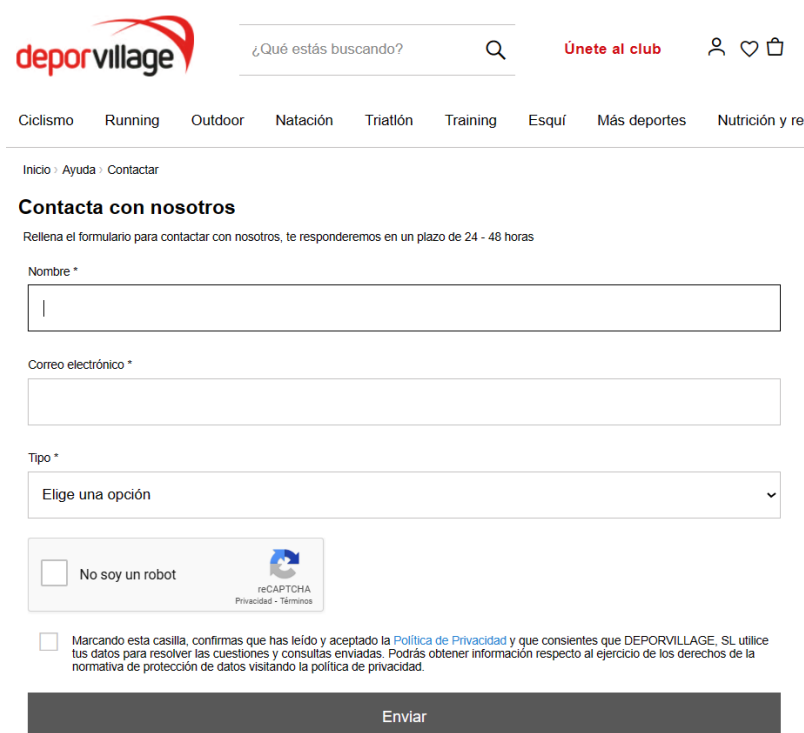
Para poder verificar los principios que la ley 2022/2065 quiere potenciar, expondremos dos casos específicos de incidencias (extravío y falsa entrega) que, desde el departamento de ATC, los agentes deben responder, gestionar y resolver ante el cliente. Verificaremos, entonces, tanto la política interna inscrita en las Condiciones de Venta de

la web de DEPORVILLAGE, los apartados que dedican información a los consumidores, la resolución en casos reales, y los plazos de respuesta e información que se proporcionan desde este departamento a los consumidores. De esta manera, podremos exponer la aplicación en concreto de este comercio y confirmar el respeto a los principios del derecho europeo.

A. EXTRAVÍO

La gestión de un extravío es una de las incidencias más comunes que gestiona este departamento en concreto. Aunque en estos casos, en las condiciones de venta de la web de DEPORVILLAGE no se menciona este procedimiento, todos los agentes siguen el mismo protocolo interno. Por lo que están formados para poder resolver este tipo de incidencias, en plazos, seguimiento del caso y la información que pueden consultar y transmitir de los pedidos a las agencias de transporte a la cuales reclaman.

Entonces, este procedimiento empieza cuando el cliente contacta a través del formulario de preguntas que proporciona la página web: <https://www.deporvillage.com/contactar>



The screenshot shows the contact form on the DEPORVILLAGE website. At the top, there is a navigation bar with the logo, a search bar, and links for 'Únete al club', user profile, heart, and cart. Below the navigation bar is a horizontal menu with categories: Ciclismo, Running, Outdoor, Natación, Triatlón, Training, Esquí, Más deportes, and Nutrición y re. The main content area is titled 'Contacta con nosotros' and includes a sub-header 'Rellena el formulario para contactar con nosotros, te responderemos en un plazo de 24 - 48 horas'. The form fields are: 'Nombre *' (text input), 'Correo electrónico *' (text input), and 'Tipo *' (dropdown menu with 'Elige una opción'). Below these is a reCAPTCHA widget with the text 'No soy un robot'. At the bottom, there is a checkbox for 'Marcando esta casilla, confirmas que has leído y aceptado la Política de Privacidad y que consientes que DEPORVILLAGE, SL utilice tus datos para resolver las cuestiones y consultas enviadas. Podrás obtener información respecto al ejercicio de los derechos de la normativa de protección de datos visitando la política de privacidad.' and a dark grey 'Enviar' button.

Donde pone de manifiesto que existe un retraso, algún problema con la entrega en su pedido o la desinformación del seguimiento de este. Este mensaje es recibido en una plataforma en línea llamada ZENDESK, donde los agentes verifican el estado del pedido y su seguimiento, así como la fecha de entrega del pedido. Una vez realizado esto, se reclama a la agencia de transporte correspondiente la entrega o la clarificación del motivo por el cual no se ha entregado el pedido.

Cabe mencionar, que se ofrecen distintas agencias para el reparto, por lo que cada una de ellas, ante la reclamación, puede tener un plazo distinto de respuesta. Toda esta información es transmitida al cliente, para que pueda tener un seguimiento al día del estado de la incidencia.

Seguidamente, cuando se finaliza la reclamación, se confirma al cliente que, si pasados cinco días laborables desde la fecha de entrega marcada, no se obtiene una respuesta por parte de la agencia, ni se le entrega el pedido, se le podrá ofrecer una solución alternativa.

Al pasar los cinco días laborables de la fecha de entrega, el agente procede a contactar otra vez con el cliente, ofreciéndole siempre que sea posible las siguientes dos opciones; por un lado, se menciona la posibilidad de llevar a cabo una reposición del pedido, y, por otro lado, la posibilidad de realizar un reembolso, se da la opción para que el cliente tenga la libertad de escoger la que más le convenga. En caso de no disponer de stock de alguno de los productos o de la totalidad del pedido, solo se podrá ofrecer el reembolso, siempre antes informando al cliente de esta contra.

Ante lo anterior expuesto, quiero concretar que, si en el momento de verificar la fecha de entrega ya han pasado cinco días, este podrá llevar a cabo la resolución directamente sin esperas, solo notificando a la agencia de transporte que se confirma el extravío porque no se ha entregado el paquete a cliente y en el seguimiento de la agencia, no se ha marcado “entregado” a cliente desde hace cinco o más días laborables.

Los extravíos se resuelven con el mismo protocolo, siguiendo los mismos pasos, tanto en el dominio español como en el dominio francés. Por lo que resulta una ventaja para los agentes encargados, al no necesitar llevar a cabo protocolos distintos. Las incidencias en ambos dominios se pueden resolver a la par y no se distingue el trato entre comerciante y cliente por las zonas territoriales des de las que compre. Al final, el contacto con las agencias siempre es hacia una misma “persona” que se encarga de verificar con la delegación encargada, española o francesa, de la incidencia mencionada.

B. FALSAS ENTREGAS

Sobre las falsas entregas. En este caso, el trámite se gestiona de manera distinta en algunos puntos, y las respuestas suelen ser muy personalizadas según el tipo de cliente y como se ha dado el caso. Una falsa entrega en España no se gestiona de igual manera que una falsa entrega en Francia. Aquí, pueden variar diferentes factores como el plazo de resolución por la agencia de transporte que ha utilizado cliente como la solución ofrecida.

Primero explicare como se lleva a cabo una falsa entrega con el protocolo general (en este caso el protocolo a seguir en los casos de España):

El cliente contacta con el servicio de ATC por formulario y expone que su pedido aparece como entregado, ya sea porque le han avisado por mail que su pedido ha sido entregado con éxito por la agencia de transporte, o por un correo de la parte de DEPORVILLAGE.

Seguidamente, el agente responsable verifica que clase de transportista ha llevado a cabo la entrega, y si existe justificante de esta (este justificante se denomina POD, y suele tener la firma y el DNI de cliente). En caso de tener POD, se confirmará a la persona en cuestión que existe este justificante, por lo que deberá verificar si conoce la firma de la persona o no. En caso negativo, el agente podrá abrir una reclamación con la agencia responsable indicando que una entrega ha sido marcada, pero que cliente confirma no

haber recibido nada en su domicilio. De esta manera, la agencia debe abrir una investigación sobre la entrega, y dar una resolución al respecto en los siguientes días laborables. El plazo de resolución puede variar según el transportista que se haya escogido, pero la media de espera puede ir de los tres a los diez días laborables.

Una vez abierta la investigación y confirmada por la agencia, se contacta a cliente para comentarle el plazo de resolución, y que deberá esperar pacientemente el contacto de DEPORVILLAGE con la resolución pertinente.

Llegados a este punto, la respuesta final puede ser negativa o positiva; Negativa confirmando que la entrega se realizó correctamente, demostrando con geolocalización que el transportista estuvo en el domicilio de cliente o que el POD con firma es correcto según instrucciones de entrega aceptadas por cliente. Positiva, en los casos donde la agencia confirma que la entrega fue errónea por su parte, sin dar más motivos, y confirmando el extravío del paquete, por lo cual se nos permite darlo por perdido con el seguro y ofrecer las dos mismas posibilidades que en un extravío.

En los casos donde la respuesta es negativa, existe un paso más donde el agente puede llevar a cabo otra reclamación. Este puede pedir al cliente, que firme un documento llamado “Afidávit” donde este jura no haber recibido el pedido, ni reconocer la firma del justificante de entrega. Por lo que la agencia, vuelve a abrir una investigación, donde dará solución en los cinco días laborables siguientes.

DECLARACIÓN DE FALSA ENTREGA

Nº envío 

Empresa de Transporte: 

Fecha de Salida: 06/03/2024

Remitente: DEPORVILLAGE

Por medio de la siguiente hago constar:

1. Declaro que no he recibido mi paquete por parte de la empresa de transporte anteriormente mencionada.
2. La firma en el Proof of Delivery (POD) es desconocida para mí.
3. Mi paquete no lo ha recibido ningún vecino o conocido.

"La firma del presente documento implica el conocimiento de que comprendo la importancia de brindar información precisa y completa, y el compromiso de hacerlo de manera verídica y responsable. Asimismo, la firma del presente documento implica el conocimiento de que una declaración falsa es susceptible de sanciones legales, incluyendo sanciones económicas y posibles cargos penales"



Nombre, Lugar y fecha

Deporvillage S.L.

Firma Cliente

Finalmente, o bien se acepta este Affidavit y confirman la entrega errónea del pedido o bien, emiten una respuesta negativa a la reclamación con una carta de confirmación de entrega.

En el último ejemplo, el agente puede o bien confirmar que el pedido ha sido entregado y, por tanto, no poder ofrecerle otra resolución a cliente, o bien, dependiendo del perfil de cliente y bajo valoración de un responsable, ofrecer una reposición o un código descuento con el total del precio del pedido de cliente, para que lo pueda utilizar en la web con validez de un año.

Por otro lado, en el caso de las falsas entregas en Francia, al tener una agencia de transporte diferente, las resoluciones pueden variar y los plazos, en la mayoría de los

casos, se alargan. Además, en una de las opciones de las agencias de transporte, COLISSIMO (CLS), se da el consentimiento para que esta pueda entregar sin necesidad de firma del cliente, es decir, sin necesidad de entregarlo directamente a cliente. Por lo que se permite una entrega en el portal del pedido sin necesidad de autorización de cliente, al ya tenerla al haber seleccionado este transportista.

De modo accesorio, se dará una resolución pasado el primer plazo de la investigación de la agencia. O bien se confirma la entrega errónea del pedido o bien se confirma que la entrega ha sido correcta. En caso de respuesta negativa, el proceso no cambia, el agente vuelve a facilitar el Afidávit correspondiente, y pide el DNI (obligatorio en este caso) de cliente para poder transmitir esta información a la agencia correspondiente.

En este caso, la búsqueda de la agencia puede durar entre 10 a 20 días laborables, y las resoluciones suelen ser negativas. Sobre todo, en los casos donde CLS es la agencia, ya que estos suelen emitir una atestación del transportista conforme lo entrego correctamente a la dirección de cliente. Aun así, como en los casos de España, el agente en cuestión bajo la dirección de su responsable directo puede ofrecer o bien una reposición o bien un código descuento con el precio del pedido no recibido (siempre teniendo en cuenta el perfil del cliente).

Como podemos observar, en el procedimiento del extravío, los agentes tienen marcados unas pautas más específicas a seguir, y el consumidor puede obtener una respuesta definitiva y clara ante su incidencia pasado los plazos de espera.

En el caso de las falsas entregas, la resolución final puede variar según el país, la agencia de transporte y el perfil de cliente, y, además, los plazos de espera son más largos. En estos casos, el consumidor no suele estar de acuerdo con la espera, y suelen ejercer sus derechos citando la normativa francesa de responsabilidad del comerciante. En muchas ocasiones, estos no suelen llevar a cabo ningún ejercicio de sus derechos en ningún juzgado, y esperan a la resolución final de la agencia.

En muchas ocasiones, además, el cliente no conforme puede llegar a pedir la hoja de reclamaciones, por lo que DEPORVILLAGE, al ser un comercio en línea, lleva a cabo la aplicación del Reglamento 524/2013²⁷, y se les confirma que no existe una hoja de reclamaciones en físico, pero que pueden llevar a cabo toda reclamación en materia de consumo en el siguiente enlace: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>. Asimismo, le ofrecen el enlace directo para que puedan encontrar en la página web la sección “*Condiciones generales de compra web y app*” donde está inscrita esta información:

Resolución de litigios en línea

De conformidad con el art. 14 del Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo, Deporvillage informa a los Clientes que pueden someter sus reclamaciones a la plataforma de resolución de litigios disponible en el siguiente enlace: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>

2. SISTEMAS ADR - RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE LITIGIOS

En el caso de los sistema de Resolución de Disputas Alternativos, específicamente, la mediación y el arbitraje, los agentes de ATC llevan a cabo un protocolo muy sencillo y simple, todos los casos recibidos en ZENDESK por parte de una entidad legal, un abogado o con un mensaje sobre denuncia, arbitraje, mediación, etc., se reenvían al departamento legal interno de DEPORVILLAGE para su gestión. Al tratarse de casos posibles de arbitraje o mediación, o posibles denuncias, los agentes de este departamento no tienen la cualificación necesaria ni la formación debida para poder responder adecuadamente. Por ello, ante estos casos, todos los mensajes se reenvían al contacto directo de este departamento mencionado

Por ende, hemos obtenido la información pertinente para poder constatar el protocolo que llevan a cabo ante una notificación de denuncia dentro del departamento

²⁷ Reglamento (UE) nº 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Reglamento sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo)

legal. Citamos textualmente, a continuación, los pasos que llevan a cabo ante los casos de arbitraje:

“En resumen, cuando nos llega una notificación de denuncia intentamos gestionarla lo antes posible ya que el plazo aproximado que nos dan es de 10-15 días naturales. La mayoría de las reclamaciones las solucionamos haciendo el abono al cliente porque en muchos de los casos son por devoluciones no aceptadas (por ejemplo, si llega la caja rota, no podemos no abonar al cliente, ya que así lo dice la ley; en todo caso podemos descontar el importe proporcional de lo que nos costaría obtener otra caja para poder vender el producto. En otros casos son garantías perdidas y acabamos abonando al cliente, etc.) Si el motivo de la denuncia se nos escapa de nuestras manos, contactamos con XXXXXX XXXX (que son los abogados que nos llevan ciertos trámites) y damos una respuesta basada en lo que indica la ley. La gran mayoría de veces el cliente siempre lleva la razón y de ahí también que se tome "siempre" como solución el abono.”

Para los casos donde hay arbitraje directo, el proceso que nos comentan que procede de este departamento legal es el siguiente, citando textualmente:

“El proceso de todas las denuncias empieza con un arbitraje, (no obstante, hay clientes que nos envían a juicio verbal directamente) y éste suele durar los 10-15 días que te comentaba anteriormente. Después de este trámite, si el cliente no acepta la solución propuesta, escala a un siguiente nivel y es cuando nos llega la denuncia por parte de la administración y con la que tenemos opciones, a X sanciones si no damos una solución que recoja la ley de consumidores. Respecto a los arbitrajes de Francia, siempre nos llega la notificación mediante el organismo de consumo de Europa y con un correo "adscrito" de un abogado destinado en este organismo. Normalmente nos basamos en leyes europeas que suelen ser igual que las españolas en materia de consumo. Todo esto también es en línea, pero esta vez mediante el correo del abogado o funcionario encargado y no por sede electrónica como pasa con las reclamaciones españolas.”

Al tener en cuenta la aplicación de la normativa europea, quise indagar más en los casos del dominio francés y los reglamentos que pudieran verse aplicados, como el Roma

II, el reglamento de Bruselas, pero el departamento legal no tenía información directa sobre ello, ya que todos los casos en los que no se da solución al cliente o no se acepta sus pretensiones, el juzgado u organismo encargado es quien propone la solución de acuerdo con la normativa aplicable. De esta manera, este departamento solo lleva a cabo las acciones que el gabinete de abogados (que sí verifica lo anterior expuesto) les menciona.

VI. ALGUNAS CONCLUSIONES

A términos de concluir con el presente redactado, procedo a resolver la pregunta de hipótesis, y a destacar lo que, a mi juicio, es más relevante del sistema interno de gestión de reclamaciones ofrecido por DEPORVILLAGE y la aplicación de los sistemas de resoluciones alternativas ante las reclamaciones de los clientes del dominio español y francés, junto con aquello que más interés me ha generado.

En primer lugar, debo remarcar que el actual sistema interno de gestión de reclamaciones de este comercio no es transparente suficientemente al nivel del Reglamento DSA y los principios inscritos en el objeto de esta, ni de la normativa europea de gestión de litigios de consumo, por lo que las obligaciones que genera el artículo 21 no son aplicados correctamente. A esto, sobre todo, referente a la gestión por parte de los agentes, la metodología para la gestión de las resoluciones internas y las indicaciones en el sitio web en línea.

Así, los agentes siguen un protocolo que, generalizado para los casos de extravío y falsa entrega, llevan a cabo las acciones pertinentes mínimas, estas entendidas como insuficientes ante el consumidor. Las posibilidades de actuación son limitadas, y veces falta el deber de informar adecuadamente al cliente. Por ejemplo, en los casos de Falsas Entregas, el cliente no tiene ningún tipo de información sobre la utilidad del Afidávit, ni el uso de los datos personales del cliente por la agencia.

La transparencia que ofrece este eCommerce delante de las condiciones en su web son igualmente escasas, en ningún apartado se menciona la información pertinente a las posibles incidencias que puedan ocurrir, ni como se gestionan por parte de los agentes de ATC ni los plazos en los que pueden obtener satisfacción. A mi parecer, tanto la información en el portal web sobre las posibles incidencias y como se resuelven, como las condiciones sobre el portal de reclamaciones de litigios de consumo es mínimo.

Esta opinión fue mencionada al departamento correspondiente, de DEPORVILLAGE, y así, el apartado “¿Qué debo hacer si mi pedido es incorrecto o incompleto?” del portal web de DEPORVILLAGE fue modificado para poder informar de manera más precisa el protocolo interno para la resolución ante este tipo de incidencias. De la misma manera, se ha propuesto incluir dos apartados más, uno para el extravío de pedidos y otro para las falsas entregas, que aún está en proceso de ser aceptado, pero que a raíz de esta investigación, ha llamado la atención al departamento legal correspondiente, para su estudio y aprobación.

En contraste, aparece una incógnita que suscita uno de los principios de la normativa europea, la transparencia, que, en mi criterio, debe ser comentado. Esta obligación que los comercios deben demostrar hacia los consumidores para tal de fomentar la seguridad ante el mercado transfronterizo. La información pertinente en el sitio web, ya sea en un apartado u otro, debe recalcar las diversas situaciones que pueden llegar a ocurrir durante el proceso de compra. Sin embargo, a mi entender, no todos los procedimientos llegan a ser iguales, ya que las reclamaciones pueden hacerse por la misma vía, pero las incidencias son personales a cada consumidor y por lo tanto cada caso es personalizado. En mi caso, tratando con todo tipo de incidencias en los dos dominios de mercado europeo, los casos varían tanto en las actuaciones de cliente como del agente, por lo que la comunicación con este primero varía según el caso. Algunos son informados de un manera constante, y a otros solo cuando ya se obtiene la resolución final. Y teniendo en cuenta, que el protocolo es el mismo, cabría incidir más en estas actuaciones, para tal de fomentar este principio que la normativa hace tanto hincapié.

A mi juicio, la transparencia se puede llegar a aplicar en un estado mínimo como para que el comerciante, sepa que puede llegar a tener solución, pero sin la necesidad de recalcar todo el protocolo interno que el comercio llevara a cabo con los contactos internos de las agencias de transporte. Accesoriamente, podemos ver en el caso de uso, por ejemplo, que DEPORVILLAGE puede mejorar la transparencia ante sus clientes, pero sin tener que compartir toda la información del protocolo que siguen desde el departamento encargado, como contactos privados, datos personales de cada contacto, modo de contacto, etc. El informar de qué tipo de incidencias puede tener el cliente, y que

solución le pueden ofrecer, se puede interpretar como una manera justa de aplicación del principio de transparencia y equidad que las normativas ya expuestas, intentan proteger.

Es interesante exponer que la eficiencia de un derecho protector hacia el consumidor debe tener en cuenta los medios asequibles y no solo la perfección de la aplicación normativa. Un mecanismo ágil, justo y seguro, interno puede contribuir a reducir los costes de transacción de la economía, sobre todo en aquellos casos transfronterizos como pueden ocurrir en las incidencias de este comercio con clientes de la república francesa. Sostengo, qué tener una gestión interna accesible, transparente y eficiente, ayuda a que los clientes de otros estados tengan la confianza de seguir comprando en este comercio en línea, por lo tanto, no solo lo beneficia a este, sino que también está contribuyendo al comercio del mercado interior al reducir las barreras otorgando una protección completa al consumidor.

Me llama la atención la manera en que se desarrollan los procedimientos de resolución extrajudicial, especialmente en lo que respecta a los plazos en las respuestas. Además, destaco la prioridad que se da a la resolución del conflicto para garantizar que el consumidor reciba una respuesta, incluso si al final se traduce siempre en un reembolso a su favor. Esto evidencia la efectividad de recurrir a estos mecanismos y la firme protección y seguridad que ofrecen.

Finalmente, en lo que respecta a los plazos de espera, no se debería favorecer ni la resolución rápida ni la espera, dependiendo del perfil del cliente o las circunstancias específicas del caso. Esta disparidad en el tratamiento no permite una equidad en la resolución para los consumidores, lo que significa que uno de los principios que la normativa busca proteger no se cumple. Considero importante el hecho de marcar una pauta de plazos y resoluciones conforme a unos esquemas más concretos, dejando atrás el actual esquema de plazos que varían disconformemente si los pedidos son superiores a X dinero. Esto, solo hace que retrasar la resolución que todo consumidor por derecho está obligado a recibir, lo que debilita más su posición dentro del contrato de compraventa y aumenta la desconfianza de estos ante cualquier tipo de comercio transfronterizo.

WEBGRAFÍA Y BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Consumo. (s.f). *Ministerio de derechos sociales, consumo y agenda 2030. Regulación del comercio electrónico*. Recuperado de: <https://www.consumo.gob.es/es/consumo/regulacion-comercio-electronico>
- Ministerio para la transformación digital y de la función pública. (s.f). *Ley 34/2002. LSSI*. Recuperado de: <https://lssi.mineco.gob.es/la-ley/Paginas/ley-34-2002.aspx#:~:text=La%20Ley%20de%20Servicios%20de,Comercio%20electr%C3%B3nico>
- Comisión Europea. (s.f). *Resolución alternativa de litigios en materia de consumo*. Recuperado de: https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/resolve-your-consumer-complaint/alternative-dispute-resolution-consumers_es
- Diario La Ley. (2022). La UE publica un Reglamento para proteger los derechos de los usuarios en el entorno digital. Recuperado de: <https://diariolaley.laleynext.es/dil/2022/11/02/la-ue-publica-un-reglamento-para-proteger-los-derechos-de-los-usuarios-en-el-entorno-digital>
- Consejo Europeo. (2020). Un mercado único digital para Europa. Recuperado de: <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/digital-single-market/>
- Parlamento Europeo. (2023). *La ubicuidad del mercado único digital*. Recuperado de: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/43/la-ubicuidad-del-mercado-unico-digital>
- Portal de Administración Electrónica. (2022). Se publica el Reglamento europeo de Servicios Digitales. PAE. Recuperado de: https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/pae_Actualidad/pae_Noticias/Anio2022/Noviembre/Noticia-2022-11-01-Reglamento-europeo-Servicios-Digitales.html

- CAZORLA GONZÁLEZ, M.J. (2009), *La mediación de consumo en el arbitraje institucional*. International Workshop. Recuperado de: <https://studylib.es/doc/156924/la-mediaci%C3%B3n-en-el-arbitraje-de-consumo>
- LEZCANO, J. M., & ORTEGA HERNÁNDEZ, R. (2002). Los ODR como nuevo paradigma en la resolución de conflictos. Recuperado de: <https://studylib.es/doc/7641036/>
- BARRIO, M. (2022). Avanzando en la soberanía digital europea: los reglamentos DSA y DMA. Real Instituto ELCANO. Recuperado de: <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2022/06/ari43-2022-barrio-avanzando-en-la-soberania-digital-europea-los-reglamentos-dsa-y-dma.pdf>
- GARCÍA DEL POYO. R. (2011). *El arbitraje electrónico y el e-commerce: una realidad evidente*. Diario Jurídico. Recuperado de: <https://www.diariojuridico.com/el-arbitraje-electronico-y-el-e-commerce-una-realidad-evidente/>
- SOLANO TATCHÉ, M. (2024), *Cuatro razones por las que la venta online sigue creciendo*. EAE Business School Online-Blended. Recuperado de: <https://www.eaprogramas.es/blog/marketing/cuatro-razones-por-las-que-la-venta-online-sigue-creciendo>
- SUQUET, J. (2015). *El marco jurídico europeo para la resolución de litigios en línea en materia de consumo*. The Boundaries of European Private International Law. Bruylant
- SÁEZ DE HEREDIA, R. & VÁZQUEZ DE CASTRO, E. (2013). *Resolución de Disputas en Línea (RDL), Las claves de la mediación electrónica*. Media S.A.
- ESTEBAN DE LA ROSA. F. (2017). *Régimen de reclamaciones de consumo transfronterizas en el nuevo derecho europeo de resolución alternativa y en línea de litigios de consumo*. Revista Española de Derecho Internacional Sección ESTUDIOS Vol. 69(1), pp. 109-137.

- JIMÉNEZ HORWITZ, M. (2020). *Las responsabilidades de las plataformas en línea en el ámbito del Derecho de los contratos: desde la protección de los consumidores hasta la protección de los profesionales y empresarios*. Centro de Estudios de Consumo.
- LÓPEZ TARUELLA, A. & RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, F. (2020). *Las implicaciones prácticas del Reglamento 2019/1159 sobre equidad y transparencia del comercio electrónico*. En E. Ortega Burgos (ED), Actualidad Nuevas Tecnología, Tirant lo Blanch.
- BARRAL VIÑALS, I. (2014). *Consumidores, Online Dispute Resolution y Reclamaciones de Pequeña Cuantía*, 397. Democracia Digital e Governo Eletrônico, Froliarnópolis.
- CARRASCO BLANCO, M. (2009). *La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro*. Anuario Jurídico y Económico Escorialense. Páginas. 129-152.
- CARULLA, P. (2001) *La mediación, una alternativa eficaz para resolver conflictos empresariales*. Anuario de Justicia Alternativa, Núm. 1/2001.
- RAMÓN FERNÁNDEZ, F. (2022). *Los retos de la futura ley de servicios digitales*, (p. 277). Tirant lo Blanch.
- SAN CRISTÓBAL REALES, S. (2013). *Sistemas alternativos de resolución de conflictos: negociación, conciliación, mediación, arbitraje, en el ámbito civil y mercantil*. Anuario Jurídico y Económico Escorialense. XLVI 39-62.
- PAZ LLOVERAS. E. (2002). *Libro Blanco sobre Mecanismos Extrajudiciales de Solución de Conflictos*. Proyecto i+Confianza. Aeonor.

- POBLET, M. et al, «*Tecnologías para la mediación en línea: estado del arte, usos y propuestas*», en Libro Blanco de la Mediación en Cataluña, Huygens, 2011., páginas 961 y siguientes.

LISTADO DE LEGISLACIÓN

- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2019). Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea. DOUE núm. 186, p. 57–79. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81157>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2022). Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales). Eur-Lex. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32022R2065>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2013). 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) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE. Eur-Lex. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32013R0524>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2000). 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). DOCE núm. 178, p. 1–16. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2000-81295>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2001). Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos. DOCE núm. 11, p. 4–17. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32001L0095>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2022). Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales). Eur-Lex. Recuperado

de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

- Unión Europea. (2010). Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. 2010/C 83/02. Diario Oficial de la Unión Europea, p. 389–403. Recuperado de: <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00389-00403.pdf>
- Unión Europea. (2010). Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. BOE, Diario Oficial de la Unión Europea. 3 de marzo de 2010. Recuperado de: <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00047-00199.pdf>
- Unión Europea. (2010). Tratado de la Unión Europea. BOE, Diario Oficial de la Unión Europea. 3 de marzo de 2010. Recuperado de: <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00013-00046.pdf>