



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

Facultad de Derecho

GRADO EN DERECHO

TRABAJO FIN DE GRADO

La apuesta por las ODR desde la Unión Europea: nuevas perspectivas en la protección de los consumidores.

The European Union's commitment to ODRs: new perspectives in consumer protection.

Alumno: Paloma Oyague López

Convocatoria: Ordinaria segundo semestre

RESUMEN

La Unión Europea, basándose en la evolución de la tecnología y en su cada vez mayor integración en nuestras vidas, impulsó la creación de una plataforma online como medio para canalizar la resolución extrajudicial de conflictos transfronterizos en materia de consumo, a través del sistema ODR. El objetivo del presente trabajo es analizar la ODR y su aplicación y éxito en la práctica en el ámbito de las relaciones de consumo transfronterizas entre los Estados Miembros. En este sentido, la existencia de este mecanismo reflejó los obstáculos presentes que impiden su expansión y supuso un punto de reflexión para las propuestas de diferentes soluciones posibles al respecto. Conforme a estas propuestas, se deduce que el impulso de la ODR debe basarse en dos pilares fundamentales: conocimiento de su existencia e independencia real de las entidades acreditadas que intervienen. En última instancia, se analizan el sector de seguros y el sector del *chargeback*, ejemplos exitosos de la aplicación de este medio. Además, analizando conjuntamente su práctica y su posible mejora, se avanza hacia el estudio de la integración futura, en mayor o menor medida, de la inteligencia artificial en su sistema y su compatibilidad con la intervención humana en el proceso.

ABSTRACT

The European Union, based on the evolution of technology and its increasing integration into our lives, promoted the creation of an online platform as a means to channel the extrajudicial resolution of cross-border consumer disputes, through the ODR system. The objective of this paper is to analyze the ODR and its application and success in practice in the field of cross-border consumer relations between Member States. In this sense, the existence of this mechanism reflected the present obstacles that prevent its expansion and was a point of reflection for the proposals of different possible solutions in this regard. According to these proposals, it follows that the impulse of the ODR must be based on two fundamental pillars: knowledge of its existence and real independence from the accredited entities that intervene. Ultimately, the insurance sector and the chargeback sector, successful examples of the application of this medium, are analyzed. In addition, jointly analyzing its practice and its possible improvement, progress is made towards the study of the future integration, to a greater or lesser extent, of artificial intelligence in its system and its compatibility with human intervention in the process.

ABREVIATURAS Y ACRÓNIMOS

- ADR.....*Alternative Dispute Resolution.*
- DADR.....Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 relativa a resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) N°2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo).
- ODR.....*Online Dispute Resolution.*
- RODR.....Reglamento 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.
- TFUE.....Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.
- CDFUE.....Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.
- LEC.....Ley de Enjuiciamiento Civil.
- ADICAE.....Asociación de usuarios de Bancos, Cajas y Seguros.
- AIODR.....Inteligencia Artificial en ODR.

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	2
ÍNDICE.....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. LA DADR.....	11
2.1. OBJETIVOS, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y EXCLUSIONES.....	11
2.2. PROTECCIÓN.....	13
3. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA.....	15
4. EL RODR.....	16
4.1. OBJETIVO, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y EXCLUSIONES.....	16
4.2. PROCEDIMIENTO.....	17
4.3. PROTECCIÓN DE DATOS.....	19
5. ODR EXISTENTES EN LA ACTUALIDAD.....	19
6. MEDIDAS PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO Y UTILIZACIÓN DE ODR.....	21
6.1. PROPUESTAS ESPECÍFICAS PARA MEJORAR Y AUMENTAR EL CONOCIMIENTO Y LA UTILIZACIÓN DE ESTOS MECANISMOS.....	22
6.2. RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA ESTRUCTURA ADR Y ODR EN ESPAÑA.....	24
7. PRÁCTICAS EXITOSAS DE ODR.....	28
7.1. ODR EN SEGUROS.....	28
7.2. CHARGEBACK.....	31
7.2.1. El consumidor no autorizó la operación o/y se produce una situación de robo.....	33
7.2.2. Los derechos del consumidor no han sido respetados por el vendedor.....	35
7.2.3. Concurso del vendedor.....	36
8. PERSPECTIVAS DE FUTURO.....	37
8.1. LA INCORPORACIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA CONSEGUIR LLEGAR A ACUERDOS.....	37
8.2. PROBLEMAS QUE PRESENTAN ESOS MECANISMOS.....	39
8.3. LA AIODR.....	39
8.3.1. La AIODR suplanta al mediador.....	39
8.3.2. La AIODR asiste al mediador.....	40
9. CONCLUSIONES.....	41

10.	BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN.....	44
10.1.	LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBROS.	44
10.2.	ARTÍCULOS DE REVISTA.....	44
10.3.	NORMATIVA CITADA.....	44
10.3.1.	Normativa citada de la Unión Europea.	44
10.3.2.	Normativa citada interna.	46
10.4.	RECURSOS ELECTRÓNICOS.....	46

1. INTRODUCCIÓN.

La introducción cada vez mayor de la tecnología en nuestro día a día ha tenido tanta expansión e importancia que se nos presentan situaciones cuya solución puede residir en la misma. Puede suponer el medio para la resolución de conflictos, en concreto en este trabajo analizaremos los de consumo, de manera alternativa. Ante ello nos preguntamos ¿es viable esta opción? ¿Se puede potenciar esta vía?

Desde hace unos años la evolución del comercio físico al online ha aumentado a gran velocidad, al igual que mi interés por ello. No es una sorpresa que la tecnología ha cambiado nuestra forma de vivir, incluyendo nuestra forma de comprar. Basándome en mi propia experiencia, este medio de compra me resultaba hace unos años desconocido, mientras que a día de hoy supone mi medio habitual. Al igual que yo, mucha gente alrededor del mundo ha experimentado lo mismo al darse cuenta de lo ventajoso que puede resultar su utilización. Esta evolución tan grande que se ha producido en tan poco tiempo, así como su relevancia actual, hizo crecer en mí el interés en esta materia y desarrollar así este trabajo.

Las compras a través de internet han experimentado un aumento exponencial, y cada vez se utilizan más. En España, con respecto al 2019, se registró en el 2020 un aumento de siete puntos dando como resultado que el porcentaje de población que compra de manera exclusiva online bienes y servicios es del 23%. De hecho, en nuestro país el número de compradores en línea asciende a 22,5 millones¹.

La pandemia por COVID-19 provocó, en el segundo trimestre del 2020 por parte de los consumidores, la mayor utilización de este medio suponiendo un record de ventas online jamás visto. Los comerciantes y empresarios por su parte se vieron forzados a la digitalización de sus negocios para poder seguir obteniendo ingresos y, para ello, la utilización de publicidad online fue un factor decisivo e importante para conseguirlo.

En los meses siguientes se vieron los resultados de este incremento donde un 8,3% de los hogares, que nunca habían realizado compras online, las llevaron a cabo. Además, los negocios españoles experimentaron un crecimiento de un 67% de sus ventas en línea².

¹PRIETO M., “La explosión del comercio electrónico”, *Expansión*, Madrid, 2020 (Disponible en:<https://www.expansion.com/economiadigital/2020/08/20/5f3d852f468aeb11628b45c3.html>).

Estos datos se recogieron en un estudio realizado por IAB, la cual es la mayor asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital que en el año 2001 empezó a llevar a cabo su actividad en España: Página oficial de la asociación IAB (Disponible en <https://iabspain.es/quienes-somos-iab-spain/>).

²Gadgets, “Aumento del E-Commerce durante el año 2020”, *ECD Confidencial Digital*, 2020 (Disponible en:<https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/gadgets/aumento-commerce-ano-2020/20200818113711155479.html>).

Estos datos muestran la importancia que tiene la necesidad de desarrollo y de promoción del conocimiento de medios de resolución de conflictos surgidos en el comercio electrónico, pues esta alternativa electrónica de consumo va a mayores. Y no sólo en el ámbito nacional, sino también en el ámbito europeo. El año tan desafiante que dejamos atrás refleja el posible futuro que nos espera y la necesidad de mejora para la resolución de un gran número de situaciones online venideras.

Incluso hoy, la utilización de internet como medio de compra es rechazada por parte de un gran número de individuos por el desconocimiento de las medidas para solventar cualquier posible problema que surja. Es por ello, que este trabajo pretende aclarar e intentar romper esa idea explicando los sistemas accesibles, efectivos, ágiles y económicos que hay hoy en día y que necesitan mejorarse en el futuro para la resolución de problemas surgidos en el comercio electrónico.

Los datos que recaba al respecto Bruselas nos ofrecen una idea general de cuánto tiempo y dinero nos estaríamos ahorrando, según sus estimaciones, al utilizar estos sistemas de resolución de conflictos. Un acceso universal a los procedimientos ADR / ODR en toda la Unión Europea ahorraría a sus consumidores más de un 30 % de tiempo en la duración de los procedimientos, y un ahorro estimado en 22.500 millones de euros, algo que representa un 0,2 % del Producto Interior Bruto de toda la Unión Europea³. Por tanto, estos datos muestran el efecto beneficioso que tendría su adecuada implementación. Así, se refleja en una Directiva de 2019⁴, en el punto primero, cuarto y quinto del preámbulo, que el comercio electrónico transfronterizo supone la parte más importante de las ventas transfronterizas de bienes de las empresas a los consumidores. Por ello, se considera el motor fundamental de crecimiento del mercado interior, siendo necesaria la dotación por parte de la Unión Europea de seguridad jurídica para generar confianza en el consumidor y en el comerciante y así, se prolifere su utilización⁵.

En consonancia con este planteamiento, el objeto del trabajo es el análisis de las ODR y su aplicación y éxito en la práctica en el ámbito de las relaciones de consumo transnacionales en el marco de la Unión Europea, que es el propio del Reglamento. Para ello, se parte de la creación de una plataforma digital como instrumento para poner en contacto a las dos partes

³VÁZQUEZ, A., *“Realidad virtual y resolución de conflictos en línea”*, 2014, p.3. Disponible en: <https://mediacionesjusticia.files.wordpress.com/2014/12/realidad-virtual-y-resolucio3b3n-de-conflictos-en-lc3adnea.pdf>.

⁴Directiva 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, por la que se modifican el Reglamento (CE) n.o 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE y se deroga la Directiva 1999/44/CE.

⁵En la Recomendación de la OCDE sobre la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico de 2016 se hace referencia a la exigibilidad por parte de los comerciantes de que el consumidor pueda acceder a estos tipos de mecanismos alternativos para la solución de controversias de manera eficaz en caso de litigio. Se puede encontrar en su página 19 (punto sobre la solución de controversias y reparación) y en su página 20 (sobre los métodos alternativos de solución de controversias).

del conflicto y así resolver los litigios de manera alternativa. Esto persigue incrementar la protección del consumidor ampliando las opciones y agilizando el proceso para conseguir la resolución. La finalidad última es impulsar el comercio electrónico garantizando vías de resolución de conflictos accesibles y específicas.

Para su análisis, el presente trabajo está estructurado en diferentes secciones:

Primeramente, se explicará en qué consiste y la regulación al respecto de este nuevo mecanismo analizando primeramente la DADR y más adelante, el RODR. En ambos casos se expondrán sus respectivos ámbitos de aplicación, sus exclusiones, el respeto a los principios que rigen cada una, las garantías y la protección de la información que han de ofrecer ambas y, en concreto, en el RODR el procedimiento de esta plataforma online. A continuación, se detalla de forma breve la protección de los consumidores en el ámbito nacional junto con un listado de ODR operativas en la actualidad. Más adelante, se estudian posibles propuestas y recomendaciones para aumentar su conocimiento y utilización por parte de la sociedad y seguidamente, se completará con el análisis especificando algunos casos donde este medio ha obtenido resultados exitosos. Por último, se recogerá una visión sobre el posible futuro de estos mecanismos junto con las conclusiones finales extraídas de todo lo expuesto anteriormente.

Para introducirnos en este mundo hemos de consultar fuentes fiables y existentes procedentes de la Unión Europea, empezando primero por la legislación referida a la existencia de medios y vías alternativas para la resolución de conflictos, pues antes de centrarnos en la plataforma online, hemos de explicar y especificar en las posibilidades de no acudir a un juez.

Para ello, nos centraremos en DADR donde nos expone aquello que han de introducir obligatoriamente en sus ordenamientos jurídicos los Estados Miembros. Hemos de diferenciar las distintas posibilidades: negociación, conciliación, arbitraje y mediación. En este trabajo nos vamos a centrar en los mecanismos autocompositivos.

Especificando en uno de estos mecanismos, como es la mediación, se ha de diferenciar que existen dos tipos, bien se realicen de manera intrajudicial o extrajudicial. La primera se basa en que es el juez quien incita a las partes para llegar a un acuerdo conforme a la LEC⁶, pudiéndose realizar en cualquier procedimiento judicial. Mientras que la segunda se da cuando las partes llevan a cabo la mediación antes de interponer una demanda o bien realizan dicha mediación durante el procedimiento antes de que se dicte y se obtenga una sentencia al respecto (sin que haya sido el juez quien les haya obligado a intentar alcanzar este acuerdo, si no que haya sido de manera voluntaria entre las partes y al margen del

⁶Artículo 414 y 415 de la Ley 1/2000 de Enjuiciamiento civil en vigor desde enero 2001 (LEC).

procedimiento). Ambos procedimientos son apoyados por el Consejo General del Poder Judicial al considerarse mecanismo para conseguir justicia⁷.

Volviendo a la mediación en materia de consumo, destacan las nociones que la diferencian del resto de instituciones. Una de ellas es que al tratarse de un instrumento de resolución de conflictos permite llegar a un punto de acuerdo entre las partes de manera extrajudicial. Además, es una alternativa presentada a las partes para poder encontrar una solución de forma voluntaria a través de un tercero. Este último, partiendo de una base de imparcialidad, neutralidad y siendo experto en la materia, les ayuda a acercar las diferentes posiciones que defienden. La característica fundamental sobre la materia de consumo se refleja en quienes son las partes del proceso. Las partes que lo componen son, por un lado, las personas consumidoras y, por otro, los empresarios o empresarias.

Una serie de razones que se exponen⁸ a favor de la mediación, al ofrecer multitud de ventajas, y que permiten observar el motivo por el que se quiere incentivar su utilización en la sociedad son las siguientes:

- ✓ Se ahorra dinero y se ahorra tiempo al ser rápido y ágil.
- ✓ Supone un tema con mucha importancia emocional, al no haber vencedores ni vencidos y ser una solución consensuada.
- ✓ Es un traje a medida, pues si ante un conflicto se le impone una solución judicial, no puede ser tan a medida a los intereses de las partes.
- ✓ La versatilidad y la flexibilidad al tener un marco legal que lo permite.
- ✓ Son soluciones duraderas porque si se llega a un acuerdo, si ninguna de las partes la rechaza, la solución es definitiva.
- ✓ Permite acuerdos parciales, no hace falta una solución total, puede tomarse una solución parcial y que se continúe en lo referente a la parte no afectada por esta.
- ✓ Es útil para el abogado y para el cliente, al tener la posibilidad de ir a la mediación y más adelante a la judicial, al no ser contradictorias, si no complementarias.
- ✓ Sobre todo, en el ámbito de la empresa, va a haber un desarrollo importante al igual que en los particulares, solo que en este último más lento.
- ✓ Supone para las empresas una ventaja competitiva al provocar una mejora de su imagen y el aumento de confianza hacia ellas por parte de los consumidores.

⁷Consejo General del Poder Judicial sobre Mediación. (Disponible en: [http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Mediacion/.](http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Mediacion/))

⁸Esta enumeración de ventajas generales proviene de una conferencia dada por Jordi Rivera, el CEO del Grupo de seguros DAS, sobre la mediación en seguros y riesgos (Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=P0mb8AC9LeE>). Más adelante en el trabajo se analizará detenidamente.

A partir de este concepto, el estudio se centrará en la utilización de estos tipos de mecanismos alternativos de resolución de conflictos a través de la plataforma online que la Unión Europea trata de potenciar a través del RODR. En concreto, pueden identificarse algunos ámbitos específicos en los que se ha llegado a aplicar y se obtuvo un resultado satisfactorio. El sector de seguros y el sector del *chargeback* (el contracargo) suponen unos ejemplos de este éxito que analizaremos en un epígrafe más adelante en este trabajo.

No obstante, a pesar de las ventajas y el éxito conseguido en determinados sectores, existen obstáculos y problemas que impiden el crecimiento y conocimiento de esta plataforma. Destaca entre ellos la falta del correcto establecimiento del sistema, junto con la desigualdad a la hora del funcionamiento eficaz y la calidad que se ofrece en los diferentes países. Además, se le suma la falta del conocimiento general de su existencia y del mismo procedimiento que se ha de seguir.⁹ Como resultado de la falta de igualdad en los diferentes territorios europeos, se produce una desconfianza en los consumidores y en los propios comerciantes para la resolución de los litigios por dichos medios. Igualmente, se ha de tener en cuenta el hecho del perjuicio que sufren los mismos comerciantes al no poder acceder a medios de igual calidad que otros, que se encuentran en países donde se ha llevado un desarrollo y una implantación eficaz¹⁰.

Otro problema importante es la indefensión de los consumidores provocada por la poca efectividad real al llevar a la práctica estos mecanismos, pues el incumplimiento de los principios base es una realidad que se da de manera frecuente. Por ello, una idea para poder establecer una solución ante esto, es analizar la experiencia de otros países, así como la utilización de sus propios mecanismos alternativos de resolución. De esta manera, se aprovecharía la información obtenida para desarrollar legislativamente en nuestro país aquello que la Directiva propone.

Otro obstáculo importante es el efecto directo del *Brexit*, pues los comerciantes y usuarios no pueden ponerse en contacto a través de ADR ni ODR en caso de conflicto, desde el día 31 de diciembre del 2020, conforme al acuerdo de retirada pactado entre Reino Unido y la Unión Europea, presentándose así una situación nueva y distinta¹¹.

La regulación y transposición de la Directiva a España supone la posibilidad de poder romper con el estancamiento de los procedimientos de resolución alternativa en los últimos años. Se requiere una mejora para poder evolucionar estos tipos de mecanismos y poder conseguir la efectividad en la práctica. Un ejemplo se puede observar en el procedimiento tan enredado que han de llevar a cabo los consumidores en la reclamación de Servicios de

⁹Análisis que se encuentra de forma resumida en el preámbulo de la Directiva en su punto 5.

¹⁰Punto 6 del preámbulo de la Directiva.

¹¹La Comisión Europea sobre la resolución de litigios en línea (Disponible en: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.trader.register>).

Interés General como puede ser la luz o bien el gas. Las reclamaciones han crecido de forma exponencial y la desorientación que provoca esta forma de proceder en los consumidores no supone una facilitación para sus resoluciones, si no lo contrario. Por eso mismo, la Directiva supone una abertura para el cambio y la correspondiente mejora práctica¹².

Tras la explicación del marco general del trabajo y la matización de los problemas existentes a resolver ante los que se enfrentan los Estados Miembros, se profundizará en la explicación la DADR, el RODR y las ODR que existen en la actualidad para su posible utilización (como es el portal de “Tu Europa”¹³) junto con las posibles soluciones a los obstáculos citados analizando tanto libros, capítulos, artículos y trabajos doctrinales como información contrastada recogida en la red. Avanzaré mi investigación detallando los casos que se han llevado a cabo de forma exitosa utilizando ODR y el análisis del posible futuro de estos, gracias a la información obtenida tanto en libros y artículos como en conferencias y entrevistas dadas por los especialistas en la materia.

2. LA DADR.

2.1. OBJETIVOS, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y EXCLUSIONES.

La motivación principal de la DADR es la creación de entidades acreditadas para la resolución alternativa de conflictos. De este modo, se pretende provocar el aumento de la garantía de protección de los consumidores, al ser un medio de resolución extrajudicial sencillo, rápido y asequible para los litigios entre consumidores y comerciantes. Su base se encuentra tanto en la CDFUE como en el TFUE en su artículo 4, conforme al punto primero del preámbulo de la Directiva. Además de suponer una mejora para los consumidores del acceso a la justicia y aumenta la confianza de los mismos, así como la de los comerciantes en el comercio online.

De esta manera, para lograr estos objetivos de manera satisfactoria es de vital importancia un control mínimo de la calidad ofrecida por ellos, sobre todo en Derecho civil, mercantil y de familia, así como una mayor capacidad de abarcar litigios de diferentes tipos.

DADR incluye las controversias relativas a las obligaciones derivadas de los contratos de compraventa, las controversias relativas a la prestación de servicios y aquellas derivadas del

¹²MANUEL PARDOS VICENTE, M. (Presidente de ADICAE), “RETOS Y PERSPECTIVAS DE LOS SISTEMAS DE RECLAMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES. Estudio jurídico sobre la aplicación en España de la Directiva 2013/11/UE de resolución alternativa de conflictos de consumo”, Proyecto: “Defender los derechos reclamando. La nueva normativa de resolución alternativa de conflictos de consumo en España”, 2015, pp. 12 y 42. Disponible en: <http://publicaciones.adicae.net/publicaciones/descarga.php?art=832>).

¹³La Comisión Europea sobre la resolución de litigios en línea (Disponible en: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=ES>).

incumplimiento del código de conducta en materia de competencia desleal y publicidad alternativa.

La proyección de esta Directiva abarca los litigios generados en el comercio electrónico y en el comercio físico e incluso su aplicación¹⁴ a litigios transfronterizos, los cuales no hacen más que multiplicarse.

La existencia de litigios transfronterizos¹⁵ supuso el inicio de propuestas para su solución a través de mecanismos alternativos como, por ejemplo, la creación de una Red judicial europea en materia civil y mercantil¹⁶.

La Directiva no se aplica a todo tipo de sujetos ni de objetos, de ahí que existan una serie de exclusiones a las que no afecta lo legislado y explicado anteriormente. Se excluyen aquellos litigios existentes entre comerciantes, aquellos interpuestos por el comerciante frente al consumidor¹⁷ junto con los gestionados por estos últimos y la negociación directa entre ambos.

Ante esto, se ha de analizar qué es aquello que esta legislación reconoce como consumidor. La definición nos la proporciona la misma Directiva en su artículo 4 punto primero. Primeramente, se excluye del concepto a las personas jurídicas, pues sólo se entenderá como tal a las personas físicas cuando la actuación que estén llevando a cabo esté separada de cualquier actividad empresarial o comercial.

En caso de que una parte tenga estos matices empresariales, se analizará cuál es lo predominante y si no es la parte comercial, se entenderá igualmente como consumidor.

Tampoco será de aplicación a aquellos intentos por parte del juez en un procedimiento judicial para que las partes lleguen a un acuerdo e igualmente, también se encuentran dentro de estas exclusiones los servicios no económicos de interés general y los prestadores públicos de enseñanza complementaria y superior. Sumándosele a estos dos últimos grupos, el formado por los sanitarios que lleven a cabo actuaciones como son las dispensaciones y provisiones de medicamentos a pacientes o productos de la misma índole.

¹⁴No confundir con el carácter de aplicación de esta Directiva, el cual es prioritario frente a las demás regulaciones, excepto que en la misma se prevea la aplicación de otras normas. Se ha de tener siempre en cuenta las excepciones de este carácter recogidas en la 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 en su punto tercero.

¹⁵En el artículo segundo de la Directiva se expone qué se entiende como litigio transfronterizo: aquel contrato cuyas obligaciones contractuales de prestación de servicios o de compraventa el comerciante y consumidor residan en diferentes países de la Unión y también se encuentra regulado en el artículo segundo apartado g de la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español 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.

¹⁶Decisión del Consejo 2001/470/CE de 28 de mayo de 2001 artículo 14 punto segundo apartado e y artículo 15 punto segundo apartado g.

¹⁷Recogido en el artículo 2.2 d) y g) de la Directiva.

Por último, como la base de las entidades para poder resolver se encuentra en los principios explicados anteriormente, en caso de que no se respeten no podrá aplicarse esta Directiva. Esta situación se puede dar cuando el objeto de los asuntos que ha de conocer una persona para su resolución versan sobre el comerciante del que dependen económicamente. El motivo de su exclusión se basaría en el respeto al principio de imparcialidad y transparencia (que no se cumpliría) para entenderse competente para ello.

2.2. PROTECCIÓN.

Es de vital importancia que, para conseguir los objetivos fijados en esta regulación, se acredite y se controle verdaderamente la independencia e imparcialidad de las entidades de resolución alternativa y no exista un conflicto de intereses. En caso contrario no se conseguiría la perseguida protección del consumidor.¹⁸

Estos procesos de resolución alternativa tienen que cumplir no solo con los controles de calidad si no de privacidad y confidencialidad.

En relación a la protección de la información en el comercio electrónico en la Unión Europea, la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y 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, en su preámbulo punto sexto, parte del principio de subsidiariedad conforme al artículo 5 del Tratado, para plantear una unidad y consecuente coherencia entre los Estados Miembros para la supresión de inconvenientes nacidos por la existencia de diferentes legislaciones.

El fin de esta Directiva 2000/31/CE es el de conseguir el buen funcionamiento del mercado interior electrónico eliminando los obstáculos, basándose en el principio de proporcionalidad¹⁹ y protegiendo aquellos objetivos de interés general.

Al basarse esta Directiva en la sociedad de la información, hemos de definir qué es esta para una mejor comprensión. El punto 17 de su preámbulo nos proporciona la siguiente explicación; “La sociedad de la información es cualquier servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, mediante un equipo electrónico para el tratamiento y almacenamiento de datos, y a petición individual de un receptor de un servicio”.

Esta sociedad de la información se encuentra ligada a su confidencialidad, que a su vez se relaciona con el deber de la protección de datos. Esta protección se encuentra garantizada en el artículo 5 de la Directiva 97/66/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de

¹⁸Dicho principio de independencia, imparcialidad y conocimiento especializado se encuentra recogido en el artículo 6 de la Directiva.

¹⁹En su punto 10 del preámbulo.

diciembre de 1997, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las telecomunicaciones, de ahí que no se permita a ningún tercero vigilar o interceptar, excepto que haya una autorización legal, las comunicaciones entre destinatario y remitente.

Volviendo a DADR, se establece en ella un nivel de calidad mínimo²⁰ exigible en todos los procedimientos realizados por las entidades que han sido notificadas a la Comisión para proporcionar ese respeto a la igualdad y a los derechos de las diferentes partes que componen el proceso, bien cuando el objeto sea interno o sea transfronterizo.

La garantía de aportar y ofrecer la información sobre los derechos que tiene cada parte como de las consecuencias que tienen las decisiones que puedan tomar, es un pilar fundamental para velar por esa justicia que es base de toda la Directiva.

Es importante matizar que se tiene por no válido cualquier acuerdo de someter el litigio entre el comerciante y el consumidor a un medio alternativo, cuando esto impida ir a un procedimiento judicial y cuando se realice antes de que surja el litigio.²¹

En relación con la garantía que han de ofrecer estos mecanismos, en una comunicación realizada el 27 de octubre de 2010, cuyo título es *“Acta del Mercado Único –Doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza- “juntos por un nuevo crecimiento”*, se destaca la matización de la importancia de tener infraestructuras acordes con los niveles de garantía exigidos para resolver litigios de transacciones realizadas en línea.

Una propuesta para mejorar los estándares de calidad ofrecidos por ADR es la creación a través de estudios del derecho comparado por juristas y expertos en la materia, como son los jueces, códigos de conducta cuya aplicación sea de ámbito comunitario²².

Esta búsqueda de mayor protección y garantía abarca tanto al comercio online como físico realizado entre los países que componen Europa. Esto equivaldría a un aumento en el propio mercado interior y sus respectivas transacciones. Por tanto, la mayor garantía iguala a un mayor flujo comercial que beneficia a los comerciantes de todos los países y a sus respectivos clientes y, por tanto, a Europa.

²⁰Todos aquellos principios que han de ser respetados por las entidades en los diferentes países y que configuran la base de todo lo anterior explicado, se encuentran desarrollados en las Recomendaciones 98/257/CE y 2001/310/CE.

²¹Punto 42 y 43 de la Directiva 2013/11/UE.

²²*Libro Verde sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos en el ámbito del derecho civil y mercantil* (COM/2002/0196 final) p. 25 punto 57.

3. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA.

Específicamente en España, la competencia para legislar sobre mediación de consumo está repartida entre las Comunidades Autónomas y el Estado. Por ello, algunas, como por ejemplo Cataluña, regulen esta materia en su normativa. Se legitima de este modo a las Comunidades Autónomas a acreditar a las entidades para realizar la mediación en consumo. El Decreto 98/2014 de 8 de julio, sobre el procedimiento de mediación en las relaciones de consumo, provoca la complementariedad a nivel autonómico de esta materia.

Un caso singular de legislación para la protección de los consumidores se produjo con la aprobación de una ordenanza municipal, para la efectiva protección de estos junto con los usuarios, por el Ayuntamiento de Albolote en la Provincia de Granada²³.

Con respecto a la legislación nacional, la ley que incorpora en nuestro ordenamiento la DADR es la Ley 7/2017, de 2 de noviembre. Además, destaca la Ley 5/2012 de 6 de julio de mediación en asuntos civiles y mercantiles en España, que inicialmente excluía la mediación de consumo. Esto producía una situación de carencia de la legislación general que pudiera aplicarse supletoriamente a la legislación especial. Por ello, el Consejo General del Poder Judicial decidió que se incluyese la mediación de consumo en la Directiva y de esta manera suplir esa carencia. La modificación de parecer se reflejó en el informe donde anteriormente se excluía por el mismo Consejo²⁴.

De este modo, ante una laguna de la legislación especial se reconoce como una aplicación general y suplementaria. Para poder conseguir esto, se eliminó el apartado d) del artículo 2 de la Ley de mediación en asuntos civiles y mercantiles (donde se excluía la mediación de consumo) y se provocó así el acogimiento por esta legislación de la materia²⁵.

Aunque en lo referente a la legislación hay una ausencia muy grande sobre los distintos aspectos de este mecanismo, la práctica está muy extendida tanto por entidades públicas como privadas. La realización de ello por las asociaciones de consumidores, como puede

²³Ordenanza municipal por el Ayuntamiento de Albolote en la Provincia de Granada (Boletín Oficial de la Provincia de Granada número 150 de fecha 06/08/2010, pp. 57-63). Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/fomentoyvivienda/mapaAyuntamientos/servletDescarga?idMun=377&nombre=Jer ez%20del%20Marquesado>.

²⁴Anteproyecto de Ley de mediación en asuntos civiles y mercantiles con fecha de aprobación de 17/02/2011: "Sin embargo, por lo que se refiere al Anteproyecto, el artículo 2 se refiere al ámbito de aplicación de la norma proyectada señalando lo siguiente: "... es de aplicación a las mediaciones en asuntos civiles y mercantiles, incluidos los conflictos transfronterizos". Seguidamente, alude a su aplicación si una de las partes tiene su domicilio en España y la mediación se realiza en territorio español. El apartado 2 establece que quedan excluidos del ámbito de aplicación la mediación penal, la laboral (sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa de la Unión Europea respecto del contrato individual de trabajo en los conflictos transfronterizos) y en materia de consumo." <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=CE-D-2010-2222>.

²⁵ESTEBAN DE LA ROSA, F., "La vertebración del régimen español de la mediación de consumo en el marco del Derecho Europeo", *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, IDP n. 25, 2017 (ISSN 1699-8154), p.21.

ser la Asociación General de Consumidores (ASGECO), supone un ejemplo de esas últimas.

4. EL RODR.

Sobre el Reglamento en el que se prevé la creación de una plataforma para centralizar la oferta de ODR, el instrumento que es la plataforma online para facilitar el acceso a los litigios de forma alternativa, nos explica en su introducción los objetivos que se han querido marcar para poder conseguir su mayor conocimiento, utilización y su éxito en su aplicación.

4.1. OBJETIVO, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y EXCLUSIONES.

El Reglamento se especifica en un ámbito concreto que no deja de ser una parte del conjunto de la Directiva explicada.

El punto central de este Reglamento es la existencia de esta plataforma online a nivel europeo para conseguir que, de manera electrónica, los consumidores y comerciantes lleguen a acuerdos extrajudiciales para solventar los problemas. Por tanto, la finalidad del Reglamento es dar un paso más permitiendo el acceso a los mecanismos online.

Primeramente, al tratarse de una plataforma para resolver litigios en línea, es necesario hacer referencia a las mismas transacciones electrónicas y cómo la calidad de las ODR es vital para que la confianza de consumidores y comerciantes crezca con respecto a la misma. Aumentando así las transacciones transfronterizas online.

La propuesta digital ha de verse desde la perspectiva de un complemento para aumentar el éxito de resolución de cuestiones y por ello, no supone ni representa limitación ni restricción alguna a aquellos medios que estuvieran anteriormente implantados para la resolución de los problemas del comercio electrónico.

La unidad a nivel europeo de esta herramienta se ve reflejada en la existencia de puntos de contacto, que ha de tener cada Estado Miembro, compuestos por un mínimo de dos asesores cuyo trabajo se basa en favorecer la resolución del conflicto acercando las posiciones entre las partes. Para garantizar cierta libertad a la hora de experimentar de estos asesores, se les excluye de la responsabilidad que le puedan exigir los mismos Estados en su gestión, subrogándose en su lugar la Red de Centros Europeos del Consumidor²⁶.

²⁶Recogido en el artículo 7 del Reglamento.

La Comisión ayuda a que estos puntos de contacto se hallen conectados para su mejora y su mayor cooperación a través de una red. Esta red supone el reflejo de la unidad que se quiere conseguir en el territorio europeo para la confrontación de los potenciales problemas en el comercio electrónico que puedan surgir.

Una característica de este Reglamento es que acepta el conocimiento de aquellos litigios entablados por comerciantes frente a consumidores²⁷ frente a la Directiva que los excluía y sólo admitía aquellos interpuestos por los consumidores frente a los comerciantes.

Anteriormente, se hacía referencia a las transacciones electrónicas transnacionales que han de aplicarse de forma equitativa a las nacionales. Por tanto, se excluye aquellos litigios de transacciones que no se han llevado a cabo en línea²⁸.

4.2. PROCEDIMIENTO.

Un elemento pilar de esta herramienta es su accesibilidad junto con la incorporación de las herramientas necesarias para comenzar el procedimiento, como es un formulario y la posibilidad de adjuntar todo tipo de pruebas que se considere pertinentes junto a este²⁹ (al ser todo el proceso de manera telemática). Se incluye igualmente un programa de traducción aplicable a cualquier idioma que sea requerido³⁰. Todo ello se pone a disposición de la entidad competente que corresponda y que, de forma gratuita, utilizará la plataforma en línea para solventar el problema. Como incentivo para aumentar esta accesibilidad, la Comisión Europea creó un portal denominado “Tu Europa³¹”, (creado conforme al anexo II de la Decisión 2004/387/CE) a través del cual los consumidores en caso de conflicto pueden acudir.

La página de “Tu Europa” nos presenta una división de diferentes materias sobre las que la persona interesada pueda querer informarse y entre los que se encuentra un apartado referido a los consumidores. Este apartado se subdivide en diferentes grupos: las compras, el internet y las telecomunicaciones, los productos y servicios financieros, el trato abusivo, el suministro de energía y por último, la resolución de litigios en materia de consumo. En este último apartado se informa al consumidor sobre diferentes formas de proceder conforme a quien quiera comunicarse; bien sea contactando con el vendedor o con una organización de consumidores, con una autoridad reguladora o, como último recurso, contactando con los Centros Europeos del Consumidor.

²⁷Recogido en el artículo 2.2 del Reglamento.

²⁸En el artículo primero del Reglamento sólo se hace referencia a los litigios en línea.

²⁹Recogido en el artículo 5.4 a) y en el artículo 8.1 y 8.2 del Reglamento.

³⁰Recogido en el artículo 5.1 del Reglamento.

³¹Página web Tu Europa (Disponible en: https://europa.eu/youreurope/index_es.htm).

Además, junto con cada una de las tres opciones facilita un ejemplo práctico que favorece la comprensión del modo de proceder a los interesados.

Otro apartado se corresponde con los posibles procedimientos extrajudiciales que pueden llevarse a cabo: resolución alternativa de conflictos o bien resolución alternativa de conflictos surgidos en línea. En este último, se incluye el enlace para dirigirse a la web en donde uno puede explicar el problema de consumo correspondiente y se le informará de las posibles opciones que son viables. Además de establecer un apartado especificado de los derechos que se tiene ante situaciones de consumo creadas por el COVID-19, como pueden ser los casos referidos a viajes y pasajeros.

La responsable del buen funcionamiento y mantenimiento de esta herramienta digital es la Comisión. La Comisión, a su vez, ha de informar a los reclamantes sobre la opción de consultar a puntos de contacto sobre este tipo de procedimientos en línea³². Además, también es responsable de establecer y llevar a cabo el proceso para determinar qué información han de aportar los reclamantes a la plataforma online (potestad delegada recogido en el artículo 290 del TFUE).

Otra cuestión importante es el análisis de la existencia de diferentes procedimientos conforme a cada entidad que vaya a conocer de un litigio. De ahí que se hayan establecido unas bases comunes para el proceder de estas entidades y así garantizar un mínimo de éxito en su hacer. El funcionamiento de cada entidad será conforme a sus normas, pero tendrá en común que, excepto que se preste consentimiento, no se requerirá la presencia de las partes³³.

Como resultado del registro de todas las entidades de resolución alternativa, se obtiene una cobertura total para el conocimiento de cualquier conflicto que surja en materia de compraventa y prestación de servicios electrónicos. Esto, no obstante, no impedirá que aquella entidad que conozca directamente sobre el asunto resuelva.

El Reglamento permite acceder a entidades que ofertan un procedimiento, sin ser sustitutivo del judicial si no alternativo, para acercar posiciones de manera voluntaria (haciéndose referencia a la mediación pues el arbitraje sí es excluyente de la vía judicial). Es por ello, que sus resoluciones no son equiparables a una sentencia judicial ni impiden ejercer su derecho a un procedimiento judicial³⁴. Esto tiene como base los derechos más importantes que se encuentran integrados en la CDFUE: derecho a una tutela judicial efectiva y el derecho a un juez imparcial.

³²Recogido en el artículo 7.2 a) iii) del Reglamento.

³³Recogido en el punto 22 del Preámbulo del Reglamento.

³⁴Recogido en el punto 26 del Preámbulo.

Con respecto a la ejecución, será competencia de la Comisión igualmente y será controlada por cada Estado Miembro respetando una serie de principios recogidos en el Reglamento (UE) nº182/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de febrero de 2011.

4.3. PROTECCIÓN DE DATOS.

La protección de datos es otro pilar fundamental para la legalidad y el buen funcionamiento de esta plataforma. El proceso de datos personales ha de ser informado a las partes de forma transparente de tal manera que presten su consentimiento entendiendo el contenido de dicha información conforme a los artículos 11 y 12 del Reglamento (CE) nº45/2001 (legislación derogada) y a la legislación nacional adoptada con arreglo a los artículos 10 y 11 de la Directiva 95/46/CE (legislación igualmente derogada).

En la actualidad, la protección de los datos se encuentra recogida en Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas sobre el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.

Junto con este Reglamento, existe, a nivel estrictamente interno, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, cuyo objetivo es igualmente la protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

El deber y la facultad que tiene la ODR de transmitir datos de manera segura con los consumidores³⁵, es la base común de todas las diferentes legislaciones y regulaciones nombradas sobre esta protección de la información.

5. ODR EXISTENTES EN LA ACTUALIDAD.

Todo lo explicado anteriormente, introduce lo que hoy en día se ha legislado para conseguir ese éxito ansiado y esa superación de los obstáculos existentes para la protección del consumidor y la plataforma online como medio seguro y eficiente. Hay que recordar que Europa basándose en el conocido principio de subsidiariedad puede dictar más legislación de aplicación a los Estados Miembros si con ello se puede perfeccionar y mejorar la eficacia práctica.

Por ello, se puede entender un paso pionero la existencia y la promoción de esta plataforma online para la resolución de estos litigios que constituye el objeto de estudio de este trabajo.

³⁵Recogido en el artículo 13 del Reglamento.

- ✓ Un ejemplo de medio electrónico para poder llegar a acuerdos en controversias que puedan surgir es el *Cyber Space*³⁶. Esta página supone un medio eficaz para alcanzar las soluciones económicas sobre las disputas siendo este un intermediario.
- ✓ La primera plataforma que desde el año 2009 en España ofrece servicios de mediación sincrónica (se realiza de manera simultánea las actuaciones, al contrario que de manera sucesiva) es Mediar Online³⁷ dirigida por el profesor Franco Conforti. Permite la gestión multimedia documental en línea. También ofrece servicios auxiliares de soporte y “*training*”. Gestiona expedientes, agenda, audiencias, informes estadísticos, registro del historial de cada actuación, auditoria, formularios y, opcionalmente, grabación de la sesión en vídeo. Supone otro ejemplo más de plataforma ODR para la solución de conflictos en línea.
- ✓ La primera plataforma global multilingüe de resolución de reclamaciones de consumidores virtuales es *Youstice*³⁸. Tras el intento de solución entre las partes, se eleva la reclamación integrándose en el procedimiento un mediador profesional neutral.
- ✓ Un intermediario para la resolución de estos conflictos es Confianza Online³⁹. Es la primera entidad privada acreditada en España por la Dirección General de Consumo para la resolución alternativa de litigios en materia de Comercio Electrónico.
- ✓ Otro ejemplo es PARLe⁴⁰ (*Cyberjustice Laboratory*). Este sistema supone un medio eficaz y rápido para la solución de estos litigios en línea integrando la utilización de tecnología con inteligencia artificial consiguiendo un gran éxito en la práctica. Es por ello que se utiliza tanto en Canadá en el Tribunal de Autoridad de Condominio (el primer tribunal que es completamente online) como en Francia en la Cámara Nacional de Alguaciles de Justicia⁴¹.
- ✓ Modria⁴² (*Modular Online Dispute Resolution Implementation Assistance* que traducido significa Asistencia Modular para la Implementación de Resolución de Disputas en

³⁶Página oficial de *Cyber Space* (Disponible en: Cyberspace.muni.cz).

³⁷VÁZQUEZ, A., p. 11, *op. cit.*, nota 3, p.7, y la página oficial de Medición Online (Disponible en: <https://www.mediaronline.com/>).

³⁸ Página oficial de *Youstice* (Disponible en: <https://youstice.com/es/>).

³⁹ Página oficial de Confianza Online (Disponible en: <https://www.confianzaonline.es/>) y página oficial sobre se explica cómo se ha de reclamar por parte de los consumidores (Disponible en: <https://www.confianzaonline.es/consumidores/como-reclamar/>).

⁴⁰Página oficial de *Cyberjustice* (Disponible en: <https://www.cyberjustice.ca/en/logiciels-cyberjustice/nos-solutions-logicielles/parle-2/>).

⁴¹Documento sobre PARLE realizado por *Cyberjustice*, p.7 (Disponible en: https://cyberjustice.openum.ca/files/sites/102/Livret_LABOCJ_PARLe_demilette_GN-1-Corrige%CC%81-2.pdf).

⁴²VÁZQUEZ, A., p. 11, *op. cit.*, nota 3, p.7 y la página oficial de Modria (Disponible en: <https://www.tylertech.com/products/Modria>).

Línea) es otra exitosa plataforma que ha conocido millones de casos para su resolución a través de ODR.

- ✓ *The Mediation Room*⁴³ es otra página que nos ofrece este servicio ODR.
- ✓ Otro ejemplo que se emplea de forma frecuente en nuestro día a día sobre los litigios surgidos en estas compras por internet es la utilización de un intermediario como puede ser *PAYPAL*⁴⁴.
- ✓ *SmartSettle*⁴⁵ es otro sistema ODR junto con los anteriores.

Complementando lo anterior, Europa no sólo creó este Reglamento para la solución de litigios en línea si no que la Comisión Europea también llevó a cabo una serie de iniciativas como es:

- ✓ Formulario Europeo de Reclamación en el Centro Europeo del Consumidor (ECC-NET)⁴⁶.
- ✓ *Electronic Consumer Online Dispute Resolution (ECODIR)*⁴⁷.

6. MEDIDAS PARA INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO Y UTILIZACIÓN DE ODR.

Es necesario incrementar la visibilidad y el conocimiento de las entidades ADR bien a través del enlace para llegar a ellas en la página web de la empresa⁴⁸ (si es una empresa online el enlace a la ODR) o bien cuando un consumidor pierde una reclamación contra ella y se le informa que tiene esta opción (especificando qué entidad ADR es la competente para conocer). No es obligatorio para la empresa estar adherida a las entidades pero sí informar de ello si lo están⁴⁹.

Aumentar el conocimiento que la sociedad tenga de estas es vital para su mayor utilización. Mismamente el hecho de tener que explicar al consumidor por parte de la empresa las ADR puede hacer cuestionar a la misma sobre las ventajas que puede acarrear.

⁴³ Página oficial de *Mediation Room* (Disponible en: <https://www.themediationroom.com/>).

⁴⁴ Página oficial de *Paypal* (Disponible en [Paypal.com](https://www.paypal.com/)).

⁴⁵ CORTÉS, P., "Un modelo para la acreditación de los sistemas ODR en la Unión Europea", *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, IDP n. 10 ,2010 (ISSN 1699-8154), p.11 y la página oficial de *Smartsettle* (Disponible en: <https://www.smartsettle.com/>).

⁴⁶ Página oficial del Centro Europeo del Consumidor en España sobre cómo reclamar (Disponible en: https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/secciones/Centro_Europeo_Consumidor.htm, https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/secciones/content_map.htm y <http://195.64.186.98/reclamacionesCECv2/Reclamacion.html>).

⁴⁷ Página oficial de UAIPIT (Disponible en: uaipit.com, última visita de 23 de enero de 2021) y la Comisión Europea sobre la resolución de litigios en línea (Disponible en: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.trader.register>).

⁴⁸ Federación de la Unión Nacional de Consumidores y Amas de hogar de España, "Resolución alternativa de conflictos de consumo", Manual práctico para el consumidor y usuario nº 108, 2019, p. 2 (Disponible en: <http://www.federacionunae.com/pdf/108-Manual-ODR-DGC-2019-DEF.pdf>).

⁴⁹ Reglamento en su artículo 5, punto tercero.

Una ventaja es la mejora de la imagen de la misma empresa al representar como garantía de calidad su adhesión a las entidades, pues el consumidor al conocer este hecho sabe que hay intención por parte de la empresa de solucionar un problema (en caso de que surgiera) generando en él confianza hacia la misma.

La relación entre la adhesión y la calidad se puede ver con claridad en los países escandinavos donde la calidad de las empresas es mayor al ser más efectiva la implantación de estos mecanismos y, por tanto, la protección de los consumidores.⁵⁰

Frente a todo esto, pueden surgir situaciones que vayan en contra de esta protección como por ejemplo es el fórum shopping⁵¹. Este concepto hace referencia a aquellas entidades ADR que reciben contraprestaciones económicas por parte de las empresas y que se les incita a que resuelvan más a su favor (a favor del comerciante y no del consumidor) pues dependen económicamente de ellas. No existe de este modo independencia.

Para evitar esto, se establece un proceso de acreditación de las entidades para su consideración como competentes y la imposición del pago de una tasa para obtener la certificación, evitando su proliferación. El control provoca así que el consumidor tenga confianza en ellas, pues en caso de haber varias sin certificar no se podría diferenciar las que resuelven con intención de conseguir la protección frente a aquellas que dependen de las empresas y están a su merced. Por ello, se estableció el régimen de autofinanciación para asegurar esa independencia y el aseguramiento de proporcionar al consumidor una situación donde se vela por sus derechos e intereses y no por el de las empresas.⁵²

6.1. PROPUESTAS ESPECÍFICAS PARA MEJORAR Y AUMENTAR EL CONOCIMIENTO Y LA UTILIZACIÓN DE ESTOS MECANISMOS.

A continuación, se expondrá una serie de propuestas para conseguir ese aumento de utilización y de conocimiento ansiado, que resultan muy interesantes y que pueden resultar muy útiles si se llevan a la práctica⁵³:

Primeramente, partimos de una iniciativa que quiere modificar un pilar base: la financiación. La manera de financiar estos procesos puede ser a través de la existencia de unos fondos. Estos no tienen que ser sólo privados, pertenecientes al sector o a la empresa, si no que cabe la posibilidad de que puedan ser también públicos. De ese modo, se incentivaría a la

⁵⁰CORTÉS, P., "Análisis de la implementación del régimen europeo sobre las reclamaciones de consumo y recomendaciones para su transposición en España", directora García Villaluenga, L., *La resolución de conflictos con consumidores: de la mediación a las ODR*, Editorial Reus S.A., Madrid, 2018 y p. 21.

⁵¹GEIST, M., "Fair.com?: An Examination of the Allegations of Systemic Unfairness in the ICANN UDRP", *Brooklyn Journal of International Law*, volumen 27, n.3, artículo 17, 2002, p. 905.

⁵²CORTÉS, P., p. 19, *op. cit.*, nota 50, p. 22.

⁵³CORTÉS, P., pp.24-27, *op. cit.*, nota 50, p. 22.

utilización de estos mecanismos. Por otra parte, otra manera que puede favorecer a su expansión es el pago por las partes de una cuota que se establezca para su utilización, pero que en caso de admisión de la reclamación o de conseguir llegar a un acuerdo se realice la devolución de dicho dinero al consumidor.

Los efectos de esta medida podrían ser muy significativos tanto en la utilización de los medios que estamos explicando como en la motivación por parte del consumidor en llegar a un acuerdo, y resulten fructíferos dichos mecanismos.

Hay que tener presente que, aunque se pueda devolver el dinero, esta cuota a la que nos referimos tiene que ser proporcional al caso concreto, es decir, si hay que pagar lo mismo para utilizar estos mecanismos que para dirigirse al Juzgado de Primera Instancia esta medida sería incoherente. Consecuentemente, hay ciertos límites que para conseguir el resultado ansiado de la proliferación de los medios autocompositivos de consumo tienen que ser respetados.

Seguidamente, otra posible propuesta es la relacionada con los pasos necesarios que se pueden exigir antes de acudir a estos mecanismos. Si inicialmente se elige esta vía para la resolución del litigio, significa que la opción de llegar a un acuerdo y crear un puente entre ambas partes con el que estar conformes es real y posible.

¿Por qué no establecer como requisito que para llegar a estos medios se ha de exigir un primer acercamiento con la misma empresa con la que se tiene el litigio? Esto se puede traducir en poder exigir agotar las posibilidades de llegar a un acuerdo a través de la interposición de una reclamación por parte del consumidor en la estructura de la empresa. De esta manera, sería la misma empresa la que provocara, al no solucionar dicha reclamación, la búsqueda en estos medios del fin del litigio.

Ante este nuevo escenario, se ha de matizar que, en caso de no conseguir la resolución de esta reclamación, las empresas suelen guardar silencio y no comunicar que la han recibido. ¿Cuándo se entenderá, por tanto, que puede iniciarse el procedimiento del mecanismo objeto de este trabajo? Se tendrá que regular por cada país cuál es el plazo de tiempo que ha de transcurrir para entenderse que no se recibirá su respuesta y así, poder avanzar hacia la solución.

Otra propuesta interesante recogida en una revista jurídica⁵⁴, nos explica una medida que puede ser muy útil al proponer una regulación para la unificación de ODR por parte de la Unión Europea a través de un Reglamento.

⁵⁴CORTÉS, P., pp.8-10, *op. cit.*, nota 45, p.21.

Se regularía de esta manera la relación entre la ODR y el sistema judicial con respecto a la ejecutividad y las cláusulas de la utilización de sistemas autocompositivos de ODR, sin impedir que las decisiones tomadas en ese proceso se recurran y, por tanto, pasen a un sistema heterocompositivo.

Por ello, sería necesario crear entidades acreditadas de ODR que lleven a cabo las resoluciones de aquellos litigios de escasa cuantía que debido a los costes que suponen los procesos no se llegaran a resolver.

Estas entidades acreditadas crearían así una marca de confianza que supondría la confianza de los consumidores en el procedimiento y ayudaría a que se consiguieran más soluciones de conflictos por estos mecanismos.

Completando las propuestas anteriores, la siguiente medida supondría un cambio en la estructura actual de la Administración de Justicia, pero podría resultar muy útil para el descenso de su saturación al basarse en lo siguiente⁵⁵:

La creación de Oficinas de Resolución de Conflictos en la Administración. Estas se entienden como centros donde se agrupan los diferentes métodos de ADR que presta la Administración y que dependen del Ministerio de Justicia.

Las oficinas pretenden que la sociedad, en caso de tener algún problema, en vez de dirigirse directamente a los juzgados y tribunales, pueda ir primero a la Administración. De este modo, ella desde la oficina proponga a los afectados diferentes métodos alternativos que existen para poder solventar el problema. Conforme al caso, se recomendará por la persona que trabaje allí el método que se considere más propicio para conseguir un acuerdo. De esta manera, se darán más a conocer los ADR y consecuentemente se utilizarán más, aligerando la carga de asuntos que ha de conocer la Justicia. Se promueve así la utilización de ODR y todo tipo de método tecnológico que sea viable. Para conseguir su éxito se requiere a una persona competente y remunerada por ello que pueda llevar cabo su organización y que garantice la calidad que están ofreciendo.

6.2.RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA ESTRUCTURA ADR Y ODR EN ESPAÑA.

Una serie de recomendaciones que podrían ayudar a que en un futuro se mejoren estos mecanismos son las siguientes⁵⁶:

⁵⁵LAFUENTE SEVILLA, R. Y FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, M. A., "Proximidad y mecanismos adecuados de resolución de conflictos: una propuesta estructural", *Revista de Mediación*, nº 1, Volumen 13, 2020 (ISSN: 2340-9754), pp. 1-8.

⁵⁶CORTÉS, P., pp.10-11, *op. cit.*, nota 50, p.22.

Primeramente, se puede proponer la creación de una plataforma a nivel nacional de ODR. Esta supondría la creación de una copia mejorada del mecanismo europeo aumentando la eficacia que puede ofrecer. La mejora puede basarse en diferentes puntos, tanto en la resolución misma de los litigios en línea como en la facilitación de la obtención de información relacionada con la existencia de entidades ADR acreditadas o incluso en la publicación de una lista cada determinado plazo de tiempo de las empresas que están adheridas y sus respectivos contactos.

Para su viabilidad, se necesitaría el permiso y la capacidad de poder operar junto con la plataforma a nivel europeo y de esta forma, el consumidor pueda ser informado de los derechos que posee en aquellos conflictos que suelen surgir de manera más frecuente. Esta información no sólo versaría sobre sus derechos, si no que se le comunicaría la existencia de los mecanismos jurídicos, como puede ser el juicio verbal, a los que puede acudir, como la posibilidad de interponer una denuncia de caso de fraude y los puntos donde ha de presentarse dicha denuncia, además de la publicación de las resoluciones de las ADR para su posible consulta.

Otra recomendación puede basarse en la imposición a los servicios universales que actúan en oligopolios, como los bancos, de la adhesión a las entidades ADR y su comunicación a las personas. Por tanto, la base de esta recomendación se compone de dos factores: Por un lado, la visibilidad de la adhesión y por otro, la obligatoriedad de su información para que tenga efectos reales favorables.

En relación con dicha adhesión, para conseguir que sea generalizada en todas las empresas, hay que presentar una serie de beneficios para que las mismas la vean como una ventaja y así se consiga incentivar.

Se considera muy conveniente que cada empresa tenga un foro donde se dirijan todas las reclamaciones de los consumidores y se resuelvan antes de ir a mecanismos fuera de su estructura. El foro referido puede ser tanto un juzgado online que lleve a cabo procesos ADR como un proceso de ADR obligatorio.

Además, existen mercados online donde exigen (como eBay) que todas las empresas que contraten con ellos han de estar adheridas a ADR, así como los miembros que formen parte de una asociación profesional o una cámara de comercio.

Una buena idea para fomentar esta adhesión es la creación de una marca de confianza. Esta, para llegar a tener credibilidad, necesita un número elevado de usuarios y de empresas que la utilicen. De esa manera se proliferaría la adhesión, pues el consumidor al entrar en la página web de una empresa y observar esta marca le transmitiría la seguridad de que en caso de existir algún problema la empresa tiene intención de verdaderamente

llegar a un punto de acuerdo y de solución al respecto. Esto a su vez generaría la utilización de esta misma empresa frente a las demás por parte del consumidor debido a esa misma seguridad generada en él gracias a la marca.

Por tanto, el beneficio de la marca no es sólo para la parte del consumidor pues los comerciantes se pueden ver favorecidos al aumentar sus compras por la seguridad que ofrecen. En una situación en la que un negocio tenga esta marca y otro no, los consumidores elegirán aquella que les garantice de forma segura y eficaz sus transacciones.

Otra recomendación se basa en la independencia que ha de velar siempre en la resolución de los litigios entre la entidad ADR y la empresa que es parte en el proceso. Para poder conseguir esto, tenemos que entender que la independencia viene ligada a la independencia económica. Si la entidad depende económicamente de la empresa, está condicionada a resolver en la mayoría de casos a su favor, pues esta empresa en caso de encontrarse ante muchas resoluciones donde se ve perjudicada puede dejar de contratar a dicha entidad.

La solución posible para terminar con este fórum shopping (como se identifican estas situaciones) es el establecimiento de entidad ADR por sector. Si sólo hay una entidad por sector, no dependen económicamente de ninguna empresa y la independencia es real. Las empresas no pueden elegir otra entidad al sólo haber una y tener que conformarse con ella (sean las resoluciones a favor o en su perjuicio).

Conforme a lo explicado, puede verse con claridad que un factor fundamental para aumentar el conocimiento de los mecanismos es la información que se da a conocer a los consumidores. Es por ello que no sólo existe la obligatoriedad de comunicar en caso de estar adherida la empresa a entidades ADR, si no que se ha de comunicar igualmente, aunque no esté la empresa adherida, la propia existencia de estos procesos. La importancia que tiene es tal, que incluso se establece como obligatorio la incorporación del enlace a ellos en la página web de la empresa. Toda recomendación cuya base sea la ampliación de la información que se ofrece por las empresas tendrá una repercusión positiva en la expansión de estos mecanismos.

Otras recomendaciones que nos propone ADICAE⁵⁷ son las siguientes:

Por un lado, consideran conveniente la creación de un Observatorio Nacional. Dicho observatorio supondría el control sobre la efectividad y accesibilidad real que tienen los consumidores a los sistemas ADR, acreditados o no, bien de naturaleza pública o privada. Un factor importante para que esto tenga éxito es que se ha de contar con la participación

⁵⁷MANUEL PARDOS VICENTE, M., pp. 188-191, *op. cit.*, nota 12, p.11.

de las asociaciones de consumidores que defienden sus intereses y derechos como es la misma ADICAE.

Además, la recomendación anterior es complementaria a la siguiente, cuya base se encuentra en la posibilidad de resolver las pretensiones de manera colectiva. La posibilidad de interponer reclamaciones colectivas, al agruparse por tener la misma base, puede suponer un punto de reflexión para ir más allá y poder establecer su solución global. De esta manera, se estaría ahorrando tiempo en el trámite inicial y en el final al conseguir con un solo paso la resolución de múltiples reclamaciones.

Finalmente complementaremos con dos propuestas propias que, a raíz de lo estudiado, podrían ser interesantes y útiles para un futuro:

La primera se basa en la repercusión en el comerciante que hace caso omiso ante el comienzo de un proceso de ODR o ADR.

La posibilidad del comienzo de un proceso de ADR no es lo mismo que el inicio de este y que el comerciante lo ignore⁵⁸. Ante esto, se recomendaría que, en caso de ser así, haya algún tipo de repercusión negativa en el sujeto (bien comerciante bien consumidor) que, ante la invitación de la otra parte, decida hacer caso omiso.

Si no se intenta iniciar esta alternativa puede que nos encontremos en una situación donde no haya cercanía en las diferentes posiciones de las partes y no se considere como posibilidad llegar a un acuerdo. Si una de las partes quiere intentar llegar a un acuerdo sin pasar por los juzgados, se ha de tener en cuenta que la otra parte lo ignoró, es decir, ir a los tribunales ya no ha sido decisión de ambas, sino de una que ni intentó probar otra alternativa más rápida, accesible y económica. Este hecho se debería de tener en cuenta y penalizar de alguna manera porque supone una carga más al poder judicial sin motivo.

No sería necesario penalizar de manera desproporcionada, pero sería muy conveniente que haya alguna repercusión negativa que provoque la consideración, de la parte que ignoró la invitación, de comenzar un proceso alternativo en la siguiente vez que se lo propongan.

La segunda recomendación versaría en ejercer alguna repercusión negativa sobre la parte que utilice la mediación como forma de alargar el proceso sin intención de llegar a ningún acuerdo.

Pueden darse situaciones en las que una de las partes es víctima de la mala fe de la otra que está manipulando la existencia de la mediación para su propio beneficio sin intención alguna de llegar a un acuerdo. Actuando de esta manera, se quiere tener más tiempo para

⁵⁸NAVA GONZÁLEZ, W. Y ORTEGA ESTRADA, G., "Análisis crítico de la plataforma europea de resolución de conflictos en línea", *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, IDP n. 29, 2019 (ISSN 1699-8154), p. 11.

preparar y conseguir lo que se utilizará en el procedimiento judicial o bien para conocer qué quiere de forma más específica la otra parte.

Provocando en la parte inocente, tanto la falta de confianza en la mediación como la falta de credibilidad en ella para poder conseguir un acuerdo en los siguientes asuntos en los que se vea envuelta. Incluso podría provocar que ni se considere la mediación como una posibilidad de poner fin a un problema de manera satisfactoria.

Por ello es el mediador quien ha de estar atento para poder ver con claridad las verdaderas intenciones de las partes y actuar conforme a ellas, bien sea consiguiendo el acuerdo o bien poniendo fin al proceso si no ve intención verdadera de conseguirlo.

Como medio disuasorio de realizar el mismo comportamiento en situaciones futuras se ha de repercutir negativamente en la parte que actúa de mala fe, lo suficiente como para que considere no volver a repetirlo, bien por el mediador o bien por el juez al comunicárselo el mediador.

7. PRÁCTICAS EXITOSAS DE ODR.

7.1. ODR EN SEGUROS.

El Grupo DAS forma parte del Grupo ERGO, uno de los mayores grupos aseguradores internacionales y presente mayormente en la zona de Europa y Asia. Actualmente el Grupo DAS está formado por DAS Seguros, compañía de seguros de protección jurídica, y DAS Lex, compañía de servicios legales⁵⁹. Este grupo se presenta como un medio para promocionar la utilización de la mediación al ser el responsable de pagar los gastos correspondientes a la utilización de la mediación en esta rama de consumo⁶⁰.

El CEO⁶¹ del Grupo DAS es Jordi Rivera, el cual en una intervención en 2013 expuso los diferentes aspectos de la mediación en este ámbito. De esta intervención se pueden sacar diferentes puntos muy interesantes⁶².

⁵⁹Página oficial del Grupo DAS (Disponible en: <https://www.das.es/grupo-das/sobre-das/>).

⁶⁰Inese, "DAS Internacional ofrece protección jurídica al mediador de seguros, en calidad de empresario", 2014 (Disponible en: <https://www.inese.es/das-internacional-ofrece-proteccion-juridica-al-mediador-de-seguros-en-calidad-de-empresario/>): "Esta última contempla una solución muy eficaz para las reclamaciones que efectúen los mediadores como defensores de los intereses de los asegurados en la tramitación de siniestros. En ambos casos, y con la finalidad de alcanzar un acuerdo ágil y de mayor satisfacción para las partes se cubren los gastos derivados de una Mediación de conflictos, como método alternativo de resolución a la vía judicial." Y Seguros NEWS, "DAS apuesta por la mediación de conflictos como alternativa rápida y eficiente", 2020 (Disponible en: <https://segurosnews.com/ultimas-noticias/das-apuesta-por-la-mediacion-de-conflictos-como-alternativa-rapida-y-eficiente>).

⁶¹Las siglas significan *Chief Executive Officer* que traducido al español significa Director Ejecutivo.

⁶²Conferencia de Jordi Rivera, CEO del grupo DAS, "Sobre la mediación en seguros y riesgos", 2013 (Disponible el enlace al vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=P0mb8AC9LeE>).

En España en el 2010 el número de litigios ascendía a 9,3 millones (la crisis vivida supuso el aumento de número de litigios con respecto a años anteriores, como en el 2001 que los litigios fueron 6,8 millones) según datos del Consejo General del Poder Judicial⁶³.

En algunos Estados Europeos se ha visto una reducción en el tiempo de resolución de conflictos que oscila desde dos meses a incluso más de tres años. Tiene una consecuencia notable y directa, tanto en el aspecto temporal como económico, la obligatoriedad de la mediación en los países donde así esté regulado, como por ejemplo representa Italia, donde ha supuesto un ahorro de casi medio billón de euros al año, conforme los datos recogidos de la Unión Europea⁶⁴.

Esto supone un ahorro de tiempo y dinero, no sólo en el Consejo General del Poder Judicial, si no en las mismas empresas y familias que se ven afectadas por la tardanza de la obtención de una solución a su problema concreto. Se solucionan antes los conflictos, se gasta menos dinero (ahorrándose dinero y tiempo ambas partes) y por ello, la productividad de un país aumenta, pues las empresas afectadas resuelven sus litigios de forma más rápida y barata por lo que se avanza más rápido y se genera más dinero. Reflejándose que no es sólo temas jurídicos, tiene un impacto directo en la economía de un país.

La mediación al evitar el coste emocional que supone para las partes ir a un procedimiento judicial es muy útil para conservar aquellas relaciones de confianza duraderas en el tiempo. Al analizar y percatarse de esto, el Grupo DAS empezó a incluirlo en la garantía de sus coberturas.

Basándose en esa percepción, DAS realizó un estudio (llevado a cabo por varias cátedras) con la Facultad de Derecho y Económicas de Barcelona, como un intento de valoración sobre el total de expedientes incoados en el Juzgado de Primera Instancia de Barcelona en el año 2011, el cual demostró el margen que existía para la mediación y la viabilidad de potenciarla⁶⁵.

⁶³Boletín Informativo del INE 2/2011, Seguridad y Justicia (Disponible en el enlace: <https://www.ine.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=attachment%3B+filename%3D0211.pdf&blobkey=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=166%2F419%2F0211%2C1.pdf&ssbinary=true>, p. 4).

⁶⁴En el libro blanco de mediación de 2011 de Cataluña muestra que el coste de media por sentencia judicial ascendía a 910 euros, que junto con el coste de abogado y procurador muestra una cifra de 2497 euros de coste como media europea. Disponible en: CASANOVAS, P. MAGRE, J. LAUROBA, M. E., *Libro blanco de la Mediación en Cataluña*, trad. Gabarró S. Suquet J., Galera N., Teodoro E., Casañas E., Giró C., Gili i Saldaña M^a A., Taberner R. V., Carrasco P. B., Vázquez B. S., Fité J., Rodrigo J.: Pompeu Casanovas (IDT-UAB), Generalitat de Cataluña, 2011, pp.67-68.

En el segundo trimestre de 2012:

-En España el aumento de procedimientos judiciales civiles tardó en resolverse 8,2 meses y en caso de recurso 5,8 meses más. Aproximadamente 400 días de duración.

-En Bélgica 505 días aproximadamente y en mediación 45 días.

-En Italia, (donde la mediación ha tenido un éxito rotundo) la obligatoriedad de mediación ha supuesto un ahorro de 480 millones de euros al año al pasar de 1210 días a 42 días de mediación.

⁶⁵Los resultados fueron los siguientes:

DAS como incentivo para realizar la mediación estableció dos puntos importantes:

1. En caso de realizar la mediación y obtener un acuerdo final, es DAS quien corre con los gastos generados por este mecanismo. Suponiendo un incentivo y no una obligatoriedad, provocando que la otra parte no tenga reticencia en llevarla a cabo.
2. ¿Qué ocurre si se pone en duda la independencia del mediador? ¿Quién elige el mediador que va a participar? DAS realizó un Convenio con un Centro de Mediación independiente donde se acuerda que será ese centro, y no la compañía de seguros, quien elegirá al mediador. Se asegura de esta manera la independencia querida en el procedimiento.

Todo esto se establece como un precedente que ayuda a entender mejor por qué la aplicación de la ODR en esta materia de seguros se considera una idea con gran proyección de futuro. Ese margen demostrado que existe para la mediación como forma exitosa en la solución conflictos junto con su intento de promoción, son los indicadores de que en la práctica esta plataforma puede suponer un avance importante.

Las ODR son valiosas para aligerar la administración de las reclamaciones⁶⁶ así como la disminución del coste que suponen los trámites relacionados con la atención al cliente o bien la resolución de los conflictos que puedan surgir. Por ello, esta posibilidad supone la simplificación hasta de la intervención humana e incluso prescindiendo de ella. Esta personalización que permite la tecnología supone una mejora del servicio de seguros que se ofrece disminuyendo la complejidad y aumentando el valor de los trámites del proceso que son más importantes como las comunicaciones y transacciones móviles. Además, supone una sencillez en las soluciones propuestas, así como la valía de estas. Consecuentemente, en esta materia de consumo lo más conveniente es habituarse a estos nuevos instrumentos y utilizarlos de manera adecuada⁶⁷.

Esta posibilidad de realizar la mediación a través de la ODR supone la exigencia de la mejora de la digitalización para su buen funcionamiento. Esta puede basarse en la utilización de la tecnología para llevar a cabo las comunicaciones con el cliente, en todo el trámite sobre traslado de documentos entre los aseguradores y los letrados de las víctimas

Los primeros datos mostraron que un 13,2% de los casos (de 100 casos 13 directos) afectan a aseguradoras o a asegurados (sin considerar los casos con aseguradora oculta considerados casos indirectos). Un ejemplo de caso indirecto sería si nos dirigimos contra una compañía eléctrica o contra un proveedor, estos al tener cobertura siempre existe detrás un seguro.

En determinados casos se podría decir que estamos entre un 20-25% mínimo en ámbito asegurador, y de esos casos el 39-40% se resuelven en la puerta porque el 39,6% de los casos el procedimiento se ha terminado de manera anticipada, sin dictar sentencia, en un acuerdo amistoso de manera extraprocesal.

⁶⁶Las reclamaciones de seguros se analizan y se encuentran incluidos en la Ley de Mediación en Asuntos Civiles y Mercantiles y a través de Reales Decretos se implanta la posibilidad de llevar a cabo esta mediación por vía online.

⁶⁷Grupo DAS, "Como puede ayudar la mediación al sector asegurador", 2019, p.15 punto octavo de las conclusiones (Disponible en: https://www.das.es/app/uploads/2019/02/Whitepaper_DAS5_v3.pdf).

de los accidentes de circulación, en la accesibilidad de los aseguradores para saber qué protocolo se ha de seguir conforme a los convenios colectivos, así como en la utilización, para aquellos conflictos que son muy frecuentes, de la negociación digital de tal manera que se realice a través de ODR minimizando la participación humana. Una serie de recomendaciones para poder alcanzar el éxito en la práctica pueden basarse tanto en la creación de un sector específico para las reclamaciones que reciban por este medio, como en el ofrecimiento de la mediación online con respecto a la contratación⁶⁸.

La empresa de seguros que se percató de todo lo explicado anteriormente y se convirtió en una pionera, al integrar en su estructura una plataforma de mediación online gratuita como opción para la solución de sus conflictos, fue la aseguradora Santalucía. La forma de acceso a la esta plataforma online es a través del registro en ella por parte de la persona afectada. Una vez lo haya realizado, podrá seleccionar al mediador que considere correspondiente y obtendrá en un plazo de entre dos y tres meses la solución al conflicto que se esté resolviendo en cada caso⁶⁹.

7.2. CHARGEBACK.

Este crecimiento del comercio electrónico va unido al crecimiento de problemas nacidos de este. El *chargeback* se presenta en materia de consumo como una solución ante estos⁷⁰. La información de la existencia de este proceso se puede encontrar y consultar (así como los derechos generales que tienen los consumidores) en los Centros Europeos del Consumidor creado por la Comisión Europea⁷¹.

Un estudio realizado por Abigail Quesada Páer sobre el *chargeback* ayuda a entender mejor el funcionamiento de esta herramienta⁷². Dicha publicación nos explica lo siguiente:

⁶⁸ RIVERA, J., "Las Odr en el ámbito de los Seguros", directora García Villaluenga, L., *La resolución de conflictos con consumidores: de la mediación a las ODR*, Editorial Reus S.A., Madrid, 2018 y pp. 273-280.

⁶⁹ CENDRERO, J.L., "Santalucía ofrece a sus asegurados una plataforma online gratuita de mediación de conflictos", *FUTURE. Blog de Innovación en Seguros by Inese*, 2015 (Disponible en: <https://future.inese.es/santalucia-ofrece-a-sus-asegurados-una-plataforma-online-gratuita-de-mediacion-de-conflictos/>).

⁷⁰ Red de centros europeos del consumidor (ECC), "*Chargeback in the EU/EEA A solution to get your money back when a trader does not respect your consumer rights*", 2014, pp. 1-26. (Disponible en: *Chargeback_EU_English.pdf* https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf).

⁷¹ Comisión Europea, "*Red CEC y COVID-19*", 2020 (Disponible en: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/resolve-your-consumer-complaint/european-consumer-centres-network-ecc-net/ecc-net-and-covid-19_es) y Comisión Europea, "*Red de Centros Europeos del Consumidor*" (Disponible en: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/resolve-your-consumer-complaint/european-consumer-centres-network-ecc-net_es).

⁷² QUESADA PÁER, A., "*Los Procesos automáticos: El chargeback o Retrocesión del cargo*", Barral Viñals, I., *La resolución de conflictos con consumidores: de la mediación a las ODR*, Editorial Reus S.A., Madrid, 2018 y pp. 297-318.

El *chargeback* es un procedimiento que provoca que el cliente recupere su dinero frente al comerciante, si se cumple una serie de supuestos, en caso de que surjan problemas en una transacción comercial entre ambos, pero sin que se extinga el contrato.

Para que esto suceda ha de haberse llevado a cabo la operación con una tarjeta de crédito y que el cliente no esté de acuerdo con el resultado obtenido de la transacción. Quedan excluidas las operaciones que no se realicen por este medio y este tipo de tarjeta.

Existen diferencias si estamos hablando de una tarjeta de crédito o una tarjeta de débito. Depende del país, de la situación en cuestión y sus respectivas legislaciones (sólo se da el caso de Dinamarca en la que tienen los mismos derechos independientemente de qué tipo de tarjeta estemos hablando). Aquellos bancos cuyas sucursales se instalen en diferentes países les interesa que haya igualdad en la regulación de los derechos de cada una de estas tarjetas a efecto de *chargeback*.

Para que el *chargeback* se realice, es el cliente quien ha de ponerse en contacto con su compañía de tarjeta de crédito y esta quien retira el dinero del comerciante. Además, por llevar a cabo este servicio la compañía realiza un cargo conforme a unas tarifas.

Los procedimientos de *chargeback* son establecidos por las propias compañías: VISA⁷³ y MASTERCARD⁷⁴ tienen una serie de clasificaciones dependiendo de cada tipo de queja y reclamación y por tanto, dependiendo de qué tipo sea existen procedimientos diferenciados sobre cómo proceder.

Cuando se abre un proceso han de presentarse por escrito por parte del consumidor el intento de ponerse en contacto para encontrar una solución con el comerciante sin éxito, además de una descripción detallada de los bienes objeto del contrato.

Terminada toda la aportación de información por parte del cliente (necesario para aclarar la disputa, por ejemplo, una prueba sería un recibo de la compra) se da paso a la aportación de esta por la otra parte (por el comerciante) en un plazo de catorce días. Las pruebas que tenga cada parte son definitivas para decidir quién tiene razón en la disputa.

El siguiente paso es el de eliminación por la entidad del cargo en la cuenta del consumidor y así parar los intereses devenidos. La entidad seguidamente adquiere la posesión del dinero

⁷³Página oficial de VISA sobre el retroceso de cargo (Disponible en: <https://www.visa.es/paga-con-visa/seguridad-en-tus-pagos/retroceso-de-cargo.html>) y documento de VISA, “*Dispute Management Guidelines for Visa Merchants*”, pp.1-72 (Disponible en: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/merchants/chargeback-management-guidelines-for-visa-merchants.pdf>).

⁷⁴Página oficial de MASTERCARD sobre preguntas frecuentes en las que se encuentra el retroceso de cargo (Disponible en: <https://www.mastercard.es/es-es/preguntas-frecuentes.html> en la sección de conflictos relativos de las transacciones).

(que se encontraría en la cuenta del comerciante) y que se mantendrá hasta el final de proceso en una situación de “congelación”.

La decisión final supondrá o bien el reintegro del dinero en la cuenta del consumidor e imponer una tasa al comerciante o el reintegro al comerciante y la imposición de la tasa al cliente por tener que realizar el *chargeback*.

El abono se ha de realizar conforme al principio de no discriminación y siempre con la previa correcta investigación de la queja del consumidor.

Un problema que se puede presentar es la ignorancia de la existencia del mecanismo y su proceder por parte de los consumidores como de los trabajadores de las entidades. Esto se debe al vacío legal que existe en España, así como a la inaccesibilidad de la información sobre los procedimientos. VISA y MASTERCARD son las entidades que llevan a cabo el proceso y al entenderlo como un mecanismo para proteger los intereses de los bancos. Sólo se puede llegar a conocer su funcionamiento una vez te encuentras afiliado a ellas, de ahí que no publiquen nada.

Una consecuencia de esto es que la protección del consumidor queda fuera de la prioridad y provoca que incluso no se le llegue a escuchar ni se encuentre bien representado en el proceso.

Una decisión que podrían tomar VISA y MASTERCARD es la publicación de la valoración de los comerciantes conforme a la información de los *chargebacks* que se realizan con cada uno. Provocando, por un lado, la marca de confianza en el consumidor al mostrar información de los comerciantes con los que puede contratar y su buena o mala valoración y por otro lado, el aumento de la utilización de las tarjetas por esa confianza y seguridad que provoca la facilitación de esa información.

Por tanto, consultar las reglas del usuario que tanto VISA como MASTERCARD recogen en sus respectivos informes es la base para poder alcanzar las soluciones ante estos conflictos y la satisfacción de las víctimas del litigio⁷⁵.

Posibilidades:

7.2.1. El consumidor no autorizó la operación o/y se produce una situación de robo.

⁷⁵Documento de VISA, “*Dispute Management Guidelines for Visa Merchants*”, pp.1-72 (Disponible en: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/merchants/chargeback-management-guidelines-for-visa-merchants.pdf>) y documento de MASTERCARD, “*Chargeback Guide*”, pp. 1-733 (Disponible en: <https://www.mastercard.us/content/dam/mccom/global/documents/chargeback-guide.pdf>).

Cuando se produce una situación de robo de tarjeta se ha de devolver el dinero, pero hay una serie de condiciones relacionadas con la negligencia del titular de la tarjeta afectada. En la Directiva 2007/64/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de noviembre de 2007 sobre servicios de pago en el mercado interior, se regula que hay una asunción de pérdida por el consumidor de 150 euros basada en esa negligencia.

Supone una prueba importante en estos casos la utilización del número oculto, en caso de ser esto cierto se produce un aumento en la gravedad de la falta de diligencia.

En el artículo 62 se relata la situación, no de robo, si no del cargo sobre otro cargo que no se autoriza por el cliente. Ante esto se ha de analizar el contrato existente, pues en este puede encontrarse la autorización por el titular de la asunción de estos sobrecargos, bien expresada en unas cifras determinadas o como concepto genérico (en este último caso se entenderá aceptado el sobrecargo cuando sea razonable a lo esperado).

Destaca un caso ocurrido en el año 2012⁷⁶, cuando se produjo la recepción de unas mil quejas de consumidores en la Red de Centros Europeos del Consumidor (ECC) sobre una empresa. Los consumidores cuando se encontraban en *Facebook* les surgían un anuncio en el que se ofrecía la adquisición de un paquete de muestra gratis en el que sólo tenían que pagar el envío. Los consumidores recibían ese paquete junto con otros más y en sus tarjetas, de débito o crédito, se producían una serie de cargos de los que no tenían conocimiento ni hubiesen prestado consentimiento.

El Consejo de Consumidores de Noruega cuando se puso en contacto con el comerciante les comunicó que esos cargos provenían por la suscripción de los consumidores, pero estos no habían sido conscientes de haber hecho ninguna suscripción. El centro de protección al consumidor de Noruega se puso en contacto con los bancos noruegos para que se llevasen a cabo el reembolso del dinero de esos cargos porque esa suscripción que alegaba la empresa no era válida y por tanto, habían sido unos cargos no autorizados. En caso de que los bancos se negasen a reembolsar el dinero a los clientes el centro llevaría el caso a juicio.

La Red de Centros Europeos del Consumidor Noruega y el Consejo de Consumidores de Noruega comunicaron a los consumidores sus derechos y cómo proceder con respecto al comerciante y a los bancos. Dado que los bancos tienen sus propios procedimientos los consumidores tenían que averiguar cuál era el procedimiento a seguir en estos casos de queja y reclamos. En caso de que los bancos se negasen a este reembolso podían los afectados acudir a la Junta de Reclamaciones de Finanzas.

⁷⁶Red de centros europeos del consumidor (ECC), *“Chargeback in the EU/EEA A solution to get your money back when a trader does not respect your consumer rights, 2014, pp. 15-16.* (Disponible en: [Chargeback_EU_English.pdf https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf)).

Todo esto propició la respuesta favorable del banco al reembolso del dinero y la disminución de las quejas.

La intención de llegar a un acuerdo de las compañías de pago que se tomaron el asunto seriamente fue la clave para el éxito del caso. Lo cual no impidió que se siguiesen reuniendo los representantes de los bancos con el Consejo de Consumidores de Noruega.

7.2.2. Los derechos del consumidor no han sido respetados por el vendedor.

En caso de no recibir las mercancías pagadas se puede dirigir contra el comerciante y la entidad bancaria con los mismos derechos⁷⁷, conforme a la SAP Baleares (sección nº 3) 96/2007 con fecha de 13 de marzo.

La sentencia versa sobre un conflicto generado por la utilización de un comercio minorista de un TPV (Terminal Punto de Venta⁷⁸) y cómo tanto este como la entidad bancaria son responsables de su buen funcionamiento y seguridad.

La sentencia trata sobre la relación entre un comercio minorista (*Tourist Accommodation S.L.*) y una entidad bancaria (Banco de Santander Central Hispano S.A.) y la realización de unos *chargebacks* por los que el comercio no se considera responsable.

La entidad bancaria creó un comercio electrónico por el que se podía ofrecer por parte de los comercios sus productos las 24 horas del día durante todos los días del año. *Tourist Accommodation S.L.* se interesó y contrató con la entidad bancaria para poder aplicarlo a sus ventas y aumentar así las compras que realizasen sus clientes.

Las medidas de seguridad que han de aplicarse y respetarse las establece la propia entidad bancaria, por ejemplo, la necesidad de utilización de PIN para realizar las operaciones económicas (medida que ya no se exige). Por otra parte, el comercio minorista al tener ciertos años de experiencia profesional sabe perfectamente que ninguna operación de comercio electrónico es 100% segura, por ello, aunque las entidades bancarias no exijan medidas de seguridad, el propio comercio puede utilizar las suyas propias (por ejemplo, la comprobación de que la persona que esté utilizando la tarjeta de crédito sea verdaderamente su titular).

⁷⁷Red de centros europeos del consumidor (ECC), “*Chargeback in the EU/EEA A solution to get your money back when a trader does not respect your consumer rights*, 2014,p.9 (Disponible en: [Chargeback_EU_English.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf) https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf).

⁷⁸Explicado como “un dispositivo usado en establecimientos comerciales para realizar gestiones de venta. Permite, entre otras cosas, realizar cobros con tarjeta de crédito o débito e imprimir ‘tickets’, gracias a los datáfonos, y controlar el inventario”. Página oficial de BBVA donde se explica qué es una Terminal de punto de venta (Disponible en: <https://www.bbva.com/es/que-es-el-tpv/>).

Esto nos hace plantearnos lo siguiente; en caso de que haya algún problema en las transacciones quién es el que ha de responder, pues ambos se benefician de la utilización de este medio: el banco cada vez que se utiliza cobra unas comisiones mientras que el comercio aumenta sus ventas.

El titular de una tarjeta de crédito que comprueba unos cargos que no realizó puede pedir su anulación en el plazo establecido en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista⁷⁹ sin justificar una causa y así obtener su abono, mientras que si no está justificado (al haber realizado el titular de la tarjeta las transacciones) y pide la anulación, ha de compensarse al comercio por los daños y perjuicios que puede provocar dicha anulación.

Ante esto se puede comprobar que, si el resarcimiento de los daños va a parar al comercio, será su responsabilidad volver a abonar en la cuenta del cliente los cargos no consentidos por este. Además, en este caso en concreto el banco ofrece dos posibilidades sobre qué posibles transacciones pueden llevarse cabo; las Transacciones Electrónicas Seguras (SET) o las Transacciones No Seguras (SSL). El comercio no eligió la primera opción, por lo que puede ser otra indicación de que pudo haber tomado medidas más seguras de las que tomó y se tenga que responsabilizar.

Todo esto nos muestra que no sólo se ha de poder ir contra la entidad financiera en caso de contracargo, sino contra el mismo comercio (dependiendo de la actuación de ambas y la diligencia y seguridad ofrecida por ellos) por los mismos derechos.

7.2.3. Concurso del vendedor.

Existe la posibilidad de que una persona se vea en una situación en la que no puede recibir el abono de su dinero al estar el vendedor en una situación de concurso. Esto plantea un escenario muy interesante. Un caso concreto donde se dio y se llevó a cabo este mecanismo de forma exitosa fue en Noruega⁸⁰:

La empresa “*Euroteam*” realizó la venta de las entradas para las olimpiadas que se celebraron en Londres en el año 2012. Los tickets fueron vendidos en un mercado de segunda mano con un precio mucho más alto al que tenían originalmente, suponiendo esto su reventa. Los consumidores europeos que las compraron utilizaron para ello tarjetas. Hay que destacar, al ser un dato muy importante, que en Reino Unido (donde se celebraban estas olimpiadas) existe una ley que prohíbe la reventa de las entradas para los juegos

⁷⁹Ley 7/1996 de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista en su artículo 10.

⁸⁰https://europakonsument.at/sites/europakonsument.at/files/Chargeback_EU_English.pdf Red de centros europeos del consumidor (ECC), “*Chargeback in the EU/EEA A solution to get your money back when a trader does not respect your consumer rights*, 2014, p. 15. (Disponible en: [Chargeback_EU_English.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf) https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf).

olímpicos. En consecuencia, la mayor parte de los clientes nunca recibieron los tickets que habían pagado y finalmente, la empresa quebró.

Ante esto la cuestión que las organizaciones de consumidores se suscitaban era quiénes podrían poner en marcha el procedimiento de *chargeback*: ¿Aquellos que utilizaron una tarjeta de crédito excluyendo a las tarjetas de débito? ¿o bien ambos?

VISA *Europe* respondió a través de los medios de información noruegos explicando que si los bienes no se entregaban de acuerdo con las reglas de VISA los consumidores tendrían derecho al *chargeback* independientemente de qué tipo de tarjeta hubiesen utilizado, bien sea de crédito como de débito. Finalmente, gracias a esto los consumidores europeos pudieron recuperar su dinero.

8. PERSPECTIVAS DE FUTURO.

En el ámbito judicial, existe como una posibilidad que en el futuro se vaya a llevar a cabo todo a través de la utilización de un portal web de la Administración de Justicia con su consecuente desaparición de la figura del procurador⁸¹. Habrá que realizarse todo por vía online incluyendo la presentación de los documentos necesarios.

Por ejemplo, el proceso europeo de escasa cuantía puede presentarse como aquel procedimiento que involucra esta forma telemática para la solución de conflictos.

En el marco de los ADR, la existencia y utilización de ODR supone que se solucionen todos aquellos conflictos que debido a los costes del procedimiento no se llegan a resolver: es por ello que las ODR se utilizarán de forma obligatoria. Además, se controlará por la Administración Pública y se les incorporará inteligencia artificial eliminando de esta forma una parte importante de participación humana.

Un atisbo del futuro se puede ver en *Squaretrade* que es un sistema de apoyo que proporciona información en la negociación asistida. También en *CyberSettle*, el cual resuelve controversias sencillas a través de ofertas y otro ejemplo, el más avanzado de todos, *SmartSettle* que incorpora un alto nivel de inteligencia artificial.

8.1.LA INCORPORACIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA CONSEGUIR LLEGAR A ACUERDOS.

Una de las predicciones de este mecanismo en el futuro es la incorporación de inteligencia artificial en estas plataformas.

⁸¹CORTÉS, P., pp.10-11, *op. cit.*, nota 45, p.21.

Estamos ante una máquina con inteligencia artificial cuando toma una serie de decisiones que si las tomase una persona se consideraría inteligente. Toma datos, los analiza y saca conclusiones caracterizadas por ser inteligentes. No está programada para dar un solo tipo de respuestas si no que está programado para poder analizar y dar respuestas ajustadas a cada caso concreto.

Por una parte, existe la inteligencia artificial, que hace años se pensaba que iba a poder igualar a la inteligencia humana para la toma de decisiones, pero que Yoshua Bengio (uno de los padres del desarrollo de esta tecnología) aclaró que faltan años de investigación para que eso ocurra. Por otra parte, este pionero es capaz de explicar que existen diferentes tipos de inteligencia artificial⁸²:

Un tipo es “*Machine learning*”. Esta forma de aprendizaje del ordenador se basa en proporcionarle datos y ejemplos para que aprenda y evolucione más en su inteligencia artificial gracias a la información recibida. Depende de esta aportación de información por parte de las personas para su mejora en la resolución de conflictos. Es capaz de analizar lo que se le proporciona, pero no puede hacer más.

Por ello, cuanta más jurisprudencia, leyes, artículos jurídicos tenga mejor será la respuesta y, además, será correcta al estar validada en derecho (las fuentes del conocimiento que obtiene son fiables). Esto no sería posible si la información que recibiese fuera errónea, ya que la máquina incorpora los datos independientemente si son datos verdaderos o falsos.

Otra forma más especializada y mejorada de “*machine learning*” es el “*deep learning*”, que está inspirada en el cerebro humano y su capacidad para reconocer y aprender por medio de la percepción y de sus órganos. Para ello se inspiraron en cómo las neuronas funcionan en nuestro cerebro. La capacidad que tienen las personas de ser inteligentes se muestra cuando el cerebro tiene diferentes formas de representar información, de más sencilla a más difícil, y cómo puede jugar con esos conceptos más complejos. Cuanto mejor se haga, más inteligente es la persona⁸³.

La diferencia fundamental con la anterior forma es que el “*deep learning*” es la máquina quien se mejora a sí misma, por ello es un sistema más avanzado. Necesita cierto volumen de información para mejorar y cuando lo obtiene, es capaz de perfeccionarse de forma autónoma.

⁸²Equipo MICROSOFT latinx, *Entrevista con el pionero en inteligencia artificial Yoshua Bengio*, 2017 (Disponible en: <https://blogs.microsoft.com/latinx/2017/12/18/entrevista-con-el-pionero-en-inteligencia-artificial-yoshua-bengio/>).

⁸³Entrevista a Yoshua Bengio por el canal 5minofscience, 2019 (Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=YKhA39T-Dxs>).

8.2. PROBLEMAS QUE PRESENTAN ESOS MECANISMOS.

Cada territorio tiene sus propias normas y estas a su vez se modifican y derogan. Esta matización se debe a que la máquina puede resolver de forma errónea al aplicar normas o bien derogadas o que no son competentes por jurisdicción al caso concreto. Pues la máquina no distingue entre información errónea o válida.

También afecta a la calidad del resultado el hecho que se necesita una cantidad elevada de reclamaciones para que funcione de forma exitosa y evolucione siendo cada vez mejor su respuesta, puesto que hay lugares donde el número de casos no son los necesarios, al requerirse millones, para que se dé esta mejora⁸⁴.

Incluso cuando está todo correcto, referido al nivel de volumen y la actualización, la persona programando el sistema puede integrar en la configuración sus opiniones e inclinar a que salgan las resoluciones hacia esa dirección ideológica.

Por ello, el éxito de la máquina es proporcional a su correcta programación (sin la integración de ideologías) y a la obtención del número de datos necesarios (millones de ejemplos).

8.3. LA AIODR.

Existen dos posibles panoramas futuros⁸⁵:

8.3.1. La AIODR suplanta al mediador.

El bajo coste que supone frente a la persona, junto con la capacidad para consultar mucha información gracias a la utilización de algoritmos (cuestión que para el humano es inviable) componen dos de las principales circunstancias a favor que existen al respecto. Además, la máquina está exenta de la influencia que puede tener de forma inevitable una persona

⁸⁴Yoshua Bengio explicó sobre el “*deep learning*”: “Entre esos escenarios, está el temor a que la inteligencia artificial pueda avanzar y automejorarse de tal manera que se vuelva difícil de controlar. Algo que descarta Yoshua Bengio: “No es así como se construye la inteligencia artificial. El aprendizaje automático requiere de un proceso lento y minucioso para adquirir información a través de millones de ejemplos. Una máquina se mejora a sí misma, sí, pero muy, muy lentamente, y de formas muy especializadas. Y el tipo de algoritmos usados no se parece en nada a pequeños virus que se autoprograman”, aclara.” Fundación Innovación Bankinter, “*Inteligencia Artificial*”, p. 39 (Disponible en: <https://www.fundacionbankinter.org/documents/20183/313926/Publicaci%C3%B3n+IA+ES/a514f928-6f58-462e-90e8-4e950e774a24>).

⁸⁵VERMEYS N. Y ACEVEDA, M.F., “*Online Dispute Resolution Platforms as a public service: How the Cyberjustice Laboratory’s platform to aid in the resolution of litigation electronically (Parle) is transforming the Canadian system*”, Barral Viñas, I., *El sistema de ADR/ODR en conflictos de consumo: aproximación crítica y proyección de futuro*, Editorial Atelier, Barcelona, 2019 y pp. 219-247.

respecto de la raza, sexo, religión... o cualquier otro rasgo distintivo de las partes que está atendiendo.

En contraste, un inconveniente que se ha de tener en cuenta es que las normas han de ser interpretadas. Los conflictos que surgen en la sociedad son muy complejos y variados por lo que sus respuestas han de ser personalizadas y las normas interpretadas a cada caso. Sin embargo, esto no se puede hacer ni esperar que se realice por una máquina.

8.3.2. La AIODR asiste al mediador.

Este apoyo supone el acceso a información sobre casos similares pasados y cómo estos han tenido resultados favorables o, por el contrario, desfavorables. Al poder tener en consideración esto, ayuda al mediador a cómo ha de procederse al caso concreto. Esta participación supone una complementariedad perfecta pues, por un lado, el mediador tiene capacidad de interpretación y humaniza el proceso y por otro, la inteligencia artificial aporta todo el conocimiento proveniente de los datos e información que recaba que puede ser interesante y útil. Además, de encontrarse exenta de dar propuestas condicionadas a algún factor personal relacionado con las partes.

Se evita así la toma de decisión basada en exclusiva en estadísticas sobre datos pasados, pues lo que ocurrió puede no significar que vuelva con certeza a ocurrir, y a llevar a cabo proposiciones sin tener información que pueda resultarnos valiosa para su éxito. La complementariedad del razonamiento humano con la objetividad y capacidad de consultar que posee la inteligencia artificial aumenta de forma exponencial las posibilidades a llegar a un acuerdo y la satisfacción de las partes en el proceso, es decir su efectividad.

9. CONCLUSIONES.

PRIMERA- La Unión Europea tiene una clara intención de impulsar los mecanismos alternativos de resolución de conflictos en materia de consumo viéndose reflejado tanto en la Directiva, al promover la acreditación de entidades competentes para resolver, como en el Reglamento, al dar un paso más allá y buscar la integración de la digitalización en estos procesos. El objetivo común de estas dos normas es el fomento de su utilización por parte de las personas al suponer todos esos beneficios expuestos en el trabajo.

SEGUNDA- La protección de los consumidores en España se manifiesta tanto en la ley de transposición de la DADR como en las regulaciones que cada una de las Comunidades Autónomas lleva a cabo por ser de su competencia. Un caso singular y destacable es la ordenanza que se llevó a cabo por un ayuntamiento de la Comunidad de Andalucía, viéndose reflejado la intención de poder ofrecer una protección completa.

TERCERA- La ODR supone una revolución al acortar las distancias entre consumidores y empresarios de diferentes Estados Miembros para la resolución, gracias a la tecnología, de los conflictos que puedan surgir. Al evitarse los procesos judiciales y los grandes gastos que suponen, se provoca el posible aumento de las ventas transnacionales de consumo, la rapidez en la solución de los problemas y la disminución del coste que supone llegar a este arreglo. Los principales obstáculos a los que se enfrenta el desarrollo de esta plataforma son, por un lado, la falta de un marco regulatorio común entre Estados miembros y, por el otro, el desconocimiento por parte de los consumidores de la misma.

CUARTA- Esta intención de fomento por la Unión Europea se ve reflejada en su propia página web, donde se pone a disposición de los consumidores el portal de “Tu Europa”, para informárseles de la posibilidad, a través del sistema ODR, de solucionar extrajudicialmente en materia de consumo los conflictos que puedan surgir, incluso cuando estamos ante una situación de un comerciante frente a un consumidor.

QUINTA- En la actualidad, existen sistemas ODR que a pesar de no ser numerosos han tenido éxito en la resolución de conflictos en la práctica real, lo que permite prever un posible aumento futuro en número debido a la seguridad y efectividad que ha demostrado este mecanismo y a la cada vez mayor utilización del comercio online por parte de los consumidores. A día de hoy, algunos de ellos, como es PARLe, integran la

inteligencia artificial en su estructura, dando un paso más en la mejora del funcionamiento de dicha plataforma.

SEXTA- Todas las propuestas y las recomendaciones tienen como objetivo último aumentar la protección de los consumidores. Para alcanzar dicho objetivo se pone de manifiesto la necesidad de aumentar el conocimiento de los consumidores sobre la existencia de estos mecanismos. La información que recibe el consumidor sobre su existencia es reducida y el aumento de la misma se puede conseguir imponiendo medidas sencillas, efectivas y fácilmente aplicables como es la accesibilidad a través de la web de la empresa a la ODR, así como la obligatoriedad de comunicación por parte de la empresa de ella.

SÉPTIMA- La independencia tanto real como económica de las entidades competentes en materia de mediación de consumo, es otro punto clave necesario para mejorar el sistema y la protección ofrecida a los consumidores. Para ello, resultaría de interés la creación de un proceso de acreditación de las mismas, dentro del que se recoge un nuevo régimen de autofinanciación, o la inclusión de los diferentes sistemas ADR en la Administración.

OCTAVA- Otro pilar fundamental necesario para garantizar la aplicación exitosa del sistema ODR es la buena fe de las partes, que acarreará efectos positivos como es la mejora de la imagen de la empresa e incluso su posible utilización como marca de confianza. Si por el contrario existiera mala fe, se nos abre un posible debate sobre la necesidad de penalizar de algún modo y en alguna medida esta conducta, lo que actualmente no se contempla en la normativa.

NOVENA- Con objeto de mejorar el sistema actual en España, la creación de una plataforma nacional ODR o la promoción de la adhesión de las empresas a este sistema de servicios universales a través de incentivos, podrían ser herramientas útiles para favorecer la utilización de esta plataforma en la resolución alternativa de conflictos. La fijación de determinadas entidades ADR por sector o la creación de un observatorio nacional serían medidas complementarias a las anteriores, que garantizarían, una vez más, la independencia económica, efectividad y accesibilidad de los consumidores.

DÉCIMA- La ODR presenta en el ámbito de seguros una facilitación y agilización de los trámites y de los procedimientos para la resolución de las controversias que surgen. Se abre así un panorama futuro prometedor debido a los logros alcanzados en la resolución

de conflictos y la satisfacción tanto del cliente como de la aseguradora por el ahorro económico y temporal que supone. Esta efectividad se refleja en el elevado número de litigios que se consiguen solucionar a las puertas de un procedimiento judicial, teniendo en cuenta tanto los conflictos en los que, directa e indirectamente, una aseguradora sea una parte de este.

DÉCIMO PRIMERA- El éxito de la ODR se puede ver en el proceso *chargeback*. Esta plataforma online de resolución alternativa de conflictos nos refleja la importancia de su conocimiento, al suponer una vía muy efectiva que ofrecen los bancos de las tarjetas utilizadas en la operación, pero se hace visible que el principal problema es el vacío legal que existe. Las reglas que lo definen y regulan actualmente son establecidas por VISA y MASTERCARD, rompiendo esa imparcialidad que se persigue y provocando la falta de protección de la parte débil del contrato, el consumidor. La comunicación de la existencia de este mecanismo, así como los pasos a seguir por los consumidores durante el procedimiento pueden ser medidas efectivas para aumentar su utilización y la satisfacción de estos.

DÉCIMO SEGUNDA- A pesar del avance que supone la incorporación de inteligencia artificial en estos procedimientos, no es previsible un escenario futuro únicamente basado en la digitalización, ya que es el mismo consumidor quien demanda la participación humana. Por lo que el futuro se vislumbra como una colaboración entre el ser humano y las herramientas que nos aporta la inteligencia artificial, al demostrarse que son capaces de obtener resultados muy satisfactorios y efectivos en la resolución de conflictos.

10. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN.

10.1. LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBROS.

1. CASANOVAS, P., MAGRE, J., LAUROBA, M. E., *Libro blanco de la Mediación en Cataluña*, trad. Gabarró S., Suquet J., Galera N., Teodoro E., Casañas E., Giró C., Gili i Saldaña M^a A., Taberner R. V., Carrasco P. B., Vázquez B. S., Fité J., Rodrigo J.: Pompeu Casanovas (IDT-UAB), Generalitat de Catalunya, 2011.
2. CORTÉS, P., “Análisis de la implementación del régimen europeo sobre las reclamaciones de consumo y recomendaciones para su transposición en España”, directora García Villaluenga. L., *La resolución de conflictos con consumidores: de la mediación a las ODR*, Editorial Reus S.A., Madrid, 2018 y pp.15-40.
3. RIVERA J., “Las Odr en el ámbito de los Seguros”, Barral Viñals, I., *La resolución de conflictos con consumidores: de la mediación a las ODR*, Editorial Reus S.A., Madrid, 2018 y pp. 273-280.
4. QUESADA PÁER, A., “Los Procesos automáticos: El chargeback o Retrocesión del cargo”, Barral Viñals, I., *La resolución de conflictos con consumidores: de la mediación a las ODR*, Editorial Reus S.A., Madrid, 2018 y pp. 297-318.
5. VERMEYS N. Y ACEVEDA, M.F., “*Online Dispute Resolution Platforms as a public service: How the Cyberjustice Laboratory’s platform to aid in the resolution of litigation electronically (Parle) is transforming the Canadian system*”, Barral Viñas, I., *El sistema de ADR/ODR en conflictos de consumo: aproximación crítica y prospección de futuro*, Editorial Atelier, Barcelona, 2019 y pp. 219-247.

10.2. ARTÍCULOS DE REVISTA.

1. CORTÉS, P., “Un modelo para la acreditación de los sistemas ODR en la Unión Europea”, *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, IDP n. 10 ,2010 (ISSN 1699-8154), pp.4-14.
2. ESTEBAN DE LA ROSA, F., “La vertebración del régimen español de la mediación de consumo en el marco del Derecho Europeo”, *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, IDP n. 25, 2017 (ISSN 1699-8154), pp.17-31.
3. LAFUENTE SEVILLA, R. Y FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, M. A., “Proximidad y mecanismos adecuados de resolución de conflictos: una propuesta estructural”, *Revista de Mediación*, nº 1, Volumen 13, 2020 (ISSN: 2340-9754), pp. 1-8.
4. NAVA GONZÁLEZ, W. Y ORTEGA ESTRADA, G., “Análisis crítico de la plataforma europea de resolución de conflictos en línea”, *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, IDP n. 29, 2019 (ISSN 1699-8154), pp. 1-15.
5. GEIST, M., “*Fair.com?: An Examination of the Allegations of Systemic Unfairness in the ICANN UDRP*”, *Brooklyn Journal of International Law*, volumen 27, n.3, artículo 17, 2002, p. 903-038.

10.3. NORMATIVA CITADA.

10.3.1. Normativa citada de la Unión Europea.

1. Reglamento (CE) nº45/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2000, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales por las instituciones y los organismos comunitarios y a la libre circulación de estos datos (Diario Oficial de la Unión Europea nº L 8/1 de 12/01/2001).
2. Reglamento (UE) nº182/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de febrero de 2011 por el que se establecen las normas y los principios generales relativos a las modalidades de control por parte de los Estados miembros del ejercicio de las competencias de ejecución por la Comisión (Diario Oficial nº L 55/13 de 28/02/2011).

3. Reglamento (UE) N°524/2013 3 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 (Diario Oficial de la Unión Europea n° L 165/1 de 18/06/2013).
4. 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 (Diario Oficial de la Unión Europea n° L 119/1 de 4/05/2016).
5. 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 (Diario de la Unión Europea n° L 281/31 de 23/11/1995).
6. 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 (Diario Oficial de las Comunidades Europeas n° L 24/1 de 30/01/1998).
7. Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y 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 (Diario Oficial de las Comunidades Europeas n° L 178/1 de 17/07/2000).
8. Directiva 2007/64/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de noviembre de 2007 sobre servicios de pago en el mercado interior por la que se modifican las Directivas 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE y 2006/48/CE y por la que se deroga la Directiva 97/5/CE (Diario Oficial de la Unión Europea n° L 319/1 de 5/12/2007).
9. 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 en su punto tercero y por la que se modifica el Reglamento (CE) no 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Diario Oficial de la Unión Europea n° L 136/3 de 24/05/2008).
10. Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y 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 (Diario Oficial de la Unión Europea n° L 165/63 de 18/06/2013).
11. Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, por la que se modifican el Reglamento (CE) n.o 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE y se deroga la Directiva 1999/44/CE (Diario Oficial de la Unión Europea n° L 136/28 de 22/05/2019).
12. Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (2010/C 83/02) (Diario Oficial de la Unión Europea n° C 83/389 de 30/10/2010).
13. Tratado del Funcionamiento de la Unión Europea (Diario Oficial de la Unión Europea n° C 326/47 de 26/10/2012).
14. Recomendación 98/257/CE de la Comisión, de 30 de marzo de 1998, relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo (Diario Oficial De La Unión Europea n° L 115 de 17/04/1998).
15. Recomendación de la Comisión de 4 de abril de 2001 relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo (Diario Oficial de las Comunidades Europeas n° L 109/56 de 19/04/2001).
16. Recomendación 2010/304/UE de la Comisión, de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores (Diario de la Unión Europea n° L 136/1 de 02/06/2010).
17. Comunicación, de 27 de octubre de 2010, titulada «*Acta del Mercado Único. Doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza. Juntos por un nuevo crecimiento*». Comisión Europea (Bruselas de 13/04/2011) (COM 2011, 206 final).
18. Decisión del Consejo 2001/470/CE de 28 de mayo de 2001 por la que se crea una Red Judicial Europea en materia civil y mercantil (2001/470/CE) (Diario Oficial de las Comunidades Europeas n° L 174/25 de 27/06/2001).

19. Decisión 2004/387/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de abril de 2004 relativa a la prestación interoperable de servicios paneuropeos de administración electrónica al sector público, las empresas y los ciudadanos (IDABC) (Diario Oficial de la Unión Europea nº L 181/25 de 18/05/2004).
20. *Libro Verde sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos en el ámbito del derecho civil y mercantil* (Comisión de las Comunidades Europea, Bruselas de 19/04/2002) (COM/2002/0196 final).

10.3.2. Normativa citada interna.

1. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (BOE nº 294 de 06/12/2018).
2. Ley de Ordenación del Comercio Minorista 7/1996, de 15 de enero (BOE núm. 15, de 17 /01/1996).
3. Ley 1/2000 de 7 de enero de Enjuiciamiento Civil (BOE núm. 7, de 08/01/2000).
4. Ley 5/2012 de 6 de julio de mediación en asuntos civiles y mercantiles en España (BOE núm. 162, de 07/07/2012).
5. 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 (BOE nº 268, de 04/11/2017).
6. Decreto Catalán 98/2014, de 8 de julio, sobre el procedimiento de mediación en las relaciones de consumo (Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña núm. 6661 de 10/07/2014).
7. Ordenanza municipal por el Ayuntamiento de Albolote en la Provincia de Granada (Boletín Oficial de la Provincia de Granada número 150 de fecha 06/08/2010, p. 57-63). Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/fomentoyvivienda/mapaAyuntamientos/servletDescarga?idMun=377&nombre=Jerez%20del%20Marquesado>.

10.4. RECURSOS ELECTRÓNICOS.

1. Asociación IAB (Disponible en <https://iabspain.es/quienes-somos-iab-spain/>, última consulta 14 de enero de 2021).
2. BBVA explica qué es una Terminal de Punto de Venta (TPV) (Disponible en: <https://www.bbva.com/es/que-es-el-tpv/>, última consulta de 11/2/2021).
3. Boletín Informativo del INE 2/2011, Seguridad y Justicia (Disponible en el enlace: <https://www.ine.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=attachment%3B+filename%3D0211.pdf&blobkey=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=166%2F419%2F0211%2C1.pdf&ssbinary=true>, pp. 1-7, última consulta de 9 de marzo de 2021).
4. CENDRERO, J.L., “Santalucía ofrece a sus asegurados una plataforma online gratuita de mediación de conflictos”, *FUTURE. Blog de Innovación en Seguros by Inese*, 2015 (Disponible en: <https://future.inese.es/santalucia-ofrece-a-sus-asegurados-una-plataforma-online-gratuita-de-mediacion-de-conflictos/>, última visita de 12 de diciembre de 2020).
5. Centro Europeo del Consumidor en España sobre cómo reclamar (Disponible en: https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/secciones/Centro_Europeo_Consumidor.htm, https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/secciones/content_map.htm y <http://195.64.186.98/reclamacionesCECV2/Reclamacion.html>, última visita de 18 de diciembre de 2020).
6. Comisión Europea, “Red CEC y COVID-19”, 2020 (Disponible en: <https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/resolve-your-consumer->

- complaint/european-consumer-centres-network-ecc-net/ecc-net-and-covid-19_es, última consulta de 28 de enero 2021).
7. Comisión Europea, “Red de Centros Europeos del Consumidor” (Disponible en: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/resolve-your-consumer-complaint/european-consumer-centres-network-ecc-net_es, última vista de 28 de enero de 2021).
 8. Conferencia de Jordi Rivera, CEO del grupo DAS, “Sobre la mediación en seguros y riesgos”, 2013 (Disponible el enlace al vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=P0mb8AC9LeE>).
 9. Confianza Online (Disponible en: <https://www.confianzaonline.es/>, última visita en 20 de enero de 2021) y página oficial donde se explica cómo se ha de reclamar por parte de los consumidores (Disponible en: <https://www.confianzaonline.es/consumidores/como-reclamar/>, última visita 20 de enero de 2021).
 10. Consejo General del Poder Judicial sobre Mediación. Disponible en: <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Mediacion/>, última visita 18 de enero de 2021).
 11. Cyberspace (Disponible en: Cyberspace.muni.cz, última visita: 9 de diciembre de 2020).
 12. Cyberjustice (Disponible en: <https://www.cyberjustice.ca/en/logiciels-cyberjustice/nos-solutions-logicielles/parle-2/>, última visita 19 de enero de 2021).
 13. Documento sobre PARLE realizado por Cyberjustice, p.1-10 (Disponible en: https://cyberjustice.openum.ca/files/sites/102/Livret_LABOCJ_PARLe_demilette_GN-1-Corrige%CC%81-2.pdf, última visita 19 de enero de 2020).
 14. Entrevista a Yoshua Bengio por el canal 5minofscience, 2019 (Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=YKhA39T-Dxs.>, última visita de 3 de diciembre de 2020).
 15. Equipo MICROSOFT latinx, *Entrevista con el pionero en inteligencia artificial Yoshua Bengio*, 2017 (Disponible en: <https://blogs.microsoft.com/latinx/2017/12/18/entrevista-con-el-pionero-en-inteligencia-artificial-yoshua-bengio/>, última visita de 1 de diciembre de 2020).
 16. Federación de la Unión Nacional de Consumidores y Amas de hogar de España, “Resolución alternativa de conflictos de consumo”, *Manual práctico para el consumidor y usuario nº 108*, 2019, p.1-8. (Disponible en: <http://www.federacionunae.com/pdf/108-Manual-ODR-DGC-2019-DEF.pdf>. Última consulta el día 26 de enero)
 17. Fundación Innovación Bankinter, “Inteligencia Artificial”, p. 1-56 (Disponible en: <https://www.fundacionbankinter.org/documents/20183/313926/Publicaci%C3%B3n+IA+E+S/a514f928-6f58-462e-90e8-4e950e774a24>, última visita de 7 de diciembre de 2020).
 18. Gadgets, “Aumento del E-Commerce durante el año 2020”, *ECD Confidencial Digital*, 2020 (Disponible en: <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/gadgets/aumento-commerce-ano-2020/20200818113711155479.html>, última consulta 16 de enero de 2021).
 19. Grupo DAS, “Como puede ayudar la mediación al sector asegurador”, 2019 (Disponible en: https://www.das.es/app/uploads/2019/02/Whitepaper_DAS5_v3.pdf, última visita de 16 de diciembre de 2020).
 20. Grupo DAS (Disponible en: <https://www.das.es/grupo-das/sobre-das/>., última visita 2 de diciembre de 2020).
 21. Inese, “DAS Internacional ofrece protección jurídica al mediador de seguros, en calidad de empresario”, 2014 (Disponible en: <https://www.inese.es/das-internacional-ofrece-proteccion-juridica-al-mediador-de-seguros-en-calidad-de-empresario/>, última visita 17 de diciembre de 2020).
 22. La Comisión Europea sobre la resolución de litigios en línea.(Disponible en: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&Ing=ES> y <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.trader.register>, última visita 8 de diciembre de 2020).
 23. MANUEL PARDOS VICENTE, M. (Presidente de la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (ADICAE)), “RETOS Y PERSPECTIVAS DE LOS SISTEMAS DE

- RECLAMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES. Estudio jurídico sobre la aplicación en España de la Directiva 2013/11/UE de resolución alternativa de conflictos de consumo*”, Proyecto: “Defender los derechos reclamando. La nueva normativa de resolución alternativa de conflictos de consumo en España”, 2015, p. 1-202. Disponible en: <http://publicaciones.adicae.net/publicaciones/descarga.php?art=832>, última consulta 16 febrero 2021).
24. MASTERCARD sobre preguntas frecuentes en las que se encuentra el retroceso de cargo (Disponible en: <https://www.mastercard.es/es-es/preguntas-frecuentes.html> en la sección de conflictos relativos de las transacciones, última vista de 2 de diciembre de 2020) y documento de MASTERCARD, “Chargeback Guide”, p. 1-733 (Disponible en: <https://www.mastercard.us/content/dam/mccom/global/documents/chargeback-guide.pdf>., última visita 2 de diciembre de 2020).
 25. Mediation Room (Disponible en: <https://www.themediationroom.com/>, última visita 20 de enero de 2021).
 26. Medición OnLine (Disponible en: <https://www.mediaronline.com/>, última visita 17 de enero de 2021).
 27. Modria (Disponible en: <https://www.tylertech.com/products/Modria>, última vista 20 de enero de 2021).
 28. Paypal (Disponible en Paypal.com, última visita en 2 de diciembre de 2020).
 29. PRIETO M., “La explosión del comercio electrónico”, *Expansión*, Madrid, 2020 (Disponible en: <https://www.expansion.com/economiadigital/2020/08/20/5f3d852f468aeb11628b45c3.html>, última consulta 15 de enero de 2021)
 30. Recomendación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) sobre la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico de 2016 (Disponible en el enlace: <https://www.oecd.org/digital/consumer/proteccion-al-consumidor-en-el-comercio-electronico.pdf>, última consulta 13 de enero de 2021).
 31. Red de centros europeos del consumidor (ECC), “Chargeback in the EU/EEA A solution to get your money back when a trader does not respect your consumer rights, 2014, pp. 1-26. (Disponible en: [Chargeback_EU_English.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf) https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/chargeback_report_revised.pdf, última consulta 9 de diciembre de 2020).
 32. Smartsettle (Disponible en: <https://www.smartsettle.com/>, última vista de 21 de enero de 2021).
 33. Seguros NEWS, “DAS apuesta por la mediación de conflictos como alternativa rápida y eficiente”, 2020 (Disponible en: <https://segurosnews.com/ultimas-noticias/das-apuesta-por-la-mediacion-de-conflictos-como-alternativa-rapida-y-eficiente>, última visita 18 de diciembre de 2020).
 34. Tu Europa (Disponible en: https://europa.eu/youreurope/index_es.htm).
 35. UAIPIT (Disponible en: uaipit.com, última visita de 23 de enero de 2021).
 36. VÁZQUEZ, A., “Realidad virtual y resolución de conflictos en línea”, 2014, p. 1-26. (Disponible en: <https://mediacionesjusticia.files.wordpress.com/2014/12/realidad-virtual-y-resolucic3b3n-de-conflictos-en-lc3adnea.pdf>. Última visita: 20 de enero 2021.)
 37. VISA sobre el retroceso de cargo (Disponible en: <https://www.visa.es/paga-con-visa/seguridad-en-tus-pagos/retroceso-de-cargo.html>, última visita de 12 de diciembre de 2020) y documento de VISA, “Dispute Management Guidelines for Visa Merchants”, p.1-72 (Disponible en: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/merchants/chargeback-management-guidelines-for-visa-merchants.pdf>, última vista 12 de diciembre de 2020).
 38. Youstice (Disponible en: <https://youstice.com/es/>, última visita 9 de diciembre de 2020).