



Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Instituto de Ciencias Sociales y Administración

Departamento de Ciencias Jurídicas

Maestría en Investigación Jurídica

**“CONCILIANET: Propuesta para una debida
protección al consumidor, tanto nacional como
extranjero, de comercio electrónico B2C”**

Tesis para obtener el grado de
Maestro en Investigación Jurídica.

Marco Antonio Hernández De la Cruz

“Becado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología”

Directora
Dra. Wendolyne Nava González
Codirector
Dr. Javier Ignacio Camargo Nassar

Ciudad Juárez, Chihuahua, México, 2022.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	6
Antecedentes Del Problema.....	6
Planteamiento Del Problema	7
Pregunta de investigación.....	10
Hipótesis.....	10
Objetivo.....	11
Metodología.....	11
Utilidad.....	13
Estructura de la tesis.....	13
CAPÍTULO 1. CONCEPTOS BÁSICOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS DISTINTOS MECANISMOS PARA LA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN EL ENTORNO DIGITAL	15
1.1. Definición, Tipos y Actores Involucrados en el Comercio Electrónico	15
1.1.1 Modalidades de Comercio Electrónico.....	19
1.1.2. Sujetos y Elementos que Intervienen en una Transacción Comercial	20
1.1.2.1. Comerciante / Proveedor	20
1.1.2.2 Consumidor / Usuario	21
1.1.2.3. Derechos Básicos Contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor	23
1.1.3 Contratación Tradicional y en Línea.	25
1.1.3.1 Manifestación del Consentimiento a través de Medios Tradicionales.	26
1.1.3.2 Manifestación del Consentimiento a través de Medios Electrónicos.....	27
1.2 Controversias en el Comercio Electrónico y los Mecanismos Alternativos de Resolución de Controversias.	28
1.2.1 Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.	29
1.2.2 Resolución de Disputas en Línea.....	31
CAPITULO 2. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y A CONCILIANET. ADR Y ODR EN MATERIA DE CONSUMO EN MÉXICO.	35
2.1 Mecanismos Extrajudiciales De Resolución De Conflictos En México.....	35
2.2 Ley Federal De Protección Al Consumidor	38
2.2.1 Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos en la PROFECO	39
2.3 CONCILIANET	41
2.3.1 Análisis Diagnóstico de CONCILIANET	43

2.4 Comparativa Entre El Procedimiento Conciliatorio Ordinario Modalidad Tradicional Y En Línea A Través De CONCILIANET	49
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS A INSTRUMENTOS INTERNACIONALES EN MATERIA DE RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONTROVERSIAS EN LÍNEA DERIVADAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DE TIPO B2C	55
3.1 Instrumentos.....	55
3.1.1 Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores	56
3.1.2 Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo del 21/Mayo/13 relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Materia de Consumo y por la que se Modifica el Reglamento (CE) n ^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE	60
3.1.3 Reglamento (UE) N ^o 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre Resolución de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por el que se Modifica el Reglamento (CE) n ^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE.....	64
3.1.4 Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Solución de Controversias de Controversias en Línea.....	67
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS A PLATAFORMAS INTERNACIONALES DEDICADAS A RESOLVER EXTRAJUDICIALMENTE CONTROVERSIAS DERIVADAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO B2C.....	71
4.1 Plataformas de Resolución de Controversias en Línea de Comercio Electrónico B2C	71
4.1.1. SIC Facilita (Colombia)	72
4.1.2. Portal del SERNAC (Chile)	76
4.1.3. Plataforma de Resolución de Litigios en Línea de la Comisión Europea (UE)	80
4.1.4. Consumidor.gov.br (Brasil).....	84
4.1.5. Centro de Resolución de Disputas en Línea de eBay (Privada)	87
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	92
PROPUESTAS	96
REFERENCIAS	100
ANEXO.....	107

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de investigación no habría sido posible sin la ayuda, apoyo y comprensión de muchísimas personas. Tanto a nivel profesional como personal.

A nivel profesional, en primer lugar, esta tesis no habría sido posible sin la oportunidad que me brindó el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Lo anterior debido a la gran ayuda que recibí del CONACYT y que me permitió concentrarme totalmente en la elaboración de esta investigación, que sin lugar a dudas ha valido completamente la pena.

En segundo lugar, a la Doctora Wendolyne Nava González que además de dirigir mi tesis, fue una luz y acompañamiento en estos dos años de sumo esfuerzo y dedicación. Sabiendo siempre cómo señalarme el camino a seguir, pero permitiéndome recorrerlo y explorarlo por cuenta propia. Siempre tendré presente su apoyo tanto para la realización de este trabajo de investigación como en mi formación profesional.

Además, a toda la planta docente siempre tan profesional y atenta que conforma la Maestría en Investigación Jurídica, en mi adorada casa de estudios la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, que sin su compromiso y apoyo tampoco hubiera sido posible obtener algunas de las herramientas más valiosas e indispensables para realizar la labor de la investigación.

Por último, pero no menos importante, a la Doctora Evelyn Téllez Carvajal miembro del Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación (INFOTEC) que me abrió las puertas, y me brindó la asesoría necesaria para empezar de manera sólida la construcción de mi tesis. Además de su asesoría, sus comentarios y bibliografía recomendada que forman parte fundamental de mi investigación.

A nivel personal, en primer lugar, no existen las palabras para agradecer a mi familia por siempre estar al pendiente para apoyarme y escucharme cuando el trabajo de investigación me abrumaba. Tanto a mis padres, que aunque fuese complicada mi investigación para ellos porque desconocían del tema, siempre estuvieron para brindarme algunas palabras de aliento y confort. Así como a mis hermanas que constantemente estaban al pendiente de mi progreso en la maestría. Gracias por haber estado todos estos años, y los que siguen. Vida me faltará para compensar todo lo que han hecho por mí.

Por supuesto, a mis compañeros de la propia Maestría, cuyo acompañamiento dentro y fuera de las clases fue siempre agradable y enriquecedor. En particular, a Pablo y a Zayra quienes siempre me animaron a seguir adelante cuando las cosas se ponían complicadas. Además de que siempre fue recíproco, tratando de ayudar y de animar cuando fuere posible.

Finalmente, a Argelia que a la distancia siempre hacía tiempo en su agenda para escucharme o leerme. Siempre apoyándome en la forma que le fuese posible a pesar de la pandemia y de la distancia. Sin lugar a dudas sin ese acompañamiento habrían sido mucho más complicados estos semestres. Gracias por esa oportunidad de desahogarnos mutuamente siempre, de brindarnos apoyo y darnos ánimo cuando las cosas se pusieron difíciles.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes Del Problema

El año 2008 representó en México un avance sumamente importante en la impartición de justicia, en virtud de que los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos son reconocidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en los siguientes términos:

“se adiciona un tercer párrafo al artículo 17 de su constitución política federal quedando de la siguiente manera: “las leyes preverán mecanismos alternativos de solución de controversias.” Esto trajo como resultado la incorporación de los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias¹ [...] como un derecho humano a todos los ciudadanos del país. (Nava, 2018, p. 2)

Con esta reforma se abre la puerta a una forma complementaria para resolución de controversias, es decir, no como sustitución a la labor judicial sino como una forma de apoyo a ésta, en virtud de que cuenta con ciertos beneficios como la reducción de costos y tiempos en comparación a la vía tradicional. Aunque no se trata de algo nunca antes visto en México, puesto que ya desde 1975 la Ley Federal de Protección al Consumidor la cual crea la Procuraduría Federal del Consumidor la cual utiliza mecanismos alternativos de solución de controversias, tales como la conciliación y el arbitraje (Nava, 2018, p. 5).

Posteriormente, con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio para América del Norte (TLCAN) en 1994, el cual provocó “el debilitamiento de la protección de los consumidores” (Nava, 2018, p. 5) se expidió una nueva Ley Federal de Protección al Consumidor. Entre sus modificaciones sustantivas incluía algunas tendentes a mejorar la eficiencia de los mecanismos de atención y defensa de los derechos de los consumidores. Estas mejoras se verían potencializadas más adelante con la llegada de internet, que además de nuevas formas de interacción, comunicación y de consumo trajo consigo otras formas de resolver controversias, tales como los mecanismos de resolución de controversias en línea, siendo estas nuevas formas extrajudiciales de resolución de controversias que contaban con ciertas ventajas como la celeridad, un costo más bajo, la obtención de una resolución sin la intervención forzosa ni impuesta por un tercero.

¹ Mejor conocidos por sus siglas en inglés ADR, que significa Alternative Dispute Resolution.

Planteamiento Del Problema

En los últimos años el comercio electrónico entre empresas y consumidores (B2C²) ha tenido un aumento significativo a nivel internacional. México no ha sido la excepción ya que en el 2020 alcanzó la cifra récord de los \$316 mil millones de pesos, habiendo experimentado un crecimiento de 81% en comparación con el año anterior (AMVO, 2021, p. 7). Esta cifra si bien es cierto que resulta impresionante, también lo es que gran parte del crecimiento es el resultado de la emergencia sanitaria por COVID-19 de la que aún quedan secuelas a nivel mundial. Sin embargo a pesar de que el comercio electrónico B2C ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos años, sigue existiendo “cierta cautela en los consumidores que aún no compran en canales digitales, pues aumenta el miedo a ser víctima de fraude y la desconfianza en dejar datos bancarios” (AMVO, 2021, p. 7), por lo que resulta necesario brindar a los consumidores alternativas que permitan eficientar y transformar la manera en que se imparte justicia.

En el caso particular de México, existe una plataforma digital para resolver controversias entre empresas y particulares denominada CONCILIANET, que depende de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). Dicha plataforma “inició operaciones el 03 de junio de 2008, con dos proveedores participantes: Aeroméxico y Hewlett Packard. CONCILIANET surge como el primer programa en su tipo en América Latina” (Gómez, 2018, p. 17).

Con la creación de CONCILIANET se abrió la puerta a un nuevo mundo de posibilidades en cuanto a la resolución de controversias en el país, ya que permite realizar todo el proceso íntegramente en línea, desde la interposición de la queja hasta su resolución. Lo anterior marcó un parteaguas en su momento debido a que en el sistema judicial mexicano únicamente se contaba con la impartición de justicia de manera tradicional. CONCILIANET es básicamente un sistema de solución de controversias en línea entre empresas mexicanas y consumidores.

Cabe destacar que esta plataforma no resuelve únicamente controversias derivadas del comercio electrónico, sino todo tipo de disputas entre empresas y consumidores. En términos generales se podría decir que es un sistema de resolución extrajudicial de conflictos

² Siglas en inglés para business to consumer.

en línea exitoso, pues cuenta, con un porcentaje de conciliación del 81.5% de un total de 7,049 expedientes radicados en línea para ser desahogados a través de esta plataforma según las cifras emitidas por PROFECO en su último informe de actividades correspondiente a 2021 publicado el 26 de julio de 2022. No obstante los altos porcentajes de conciliación que tiene CONCILIANET, el sistema cuenta con algunos retos, que se han de explicar a continuación.

En principio la Ley Federal de Protección al Consumidor la que regula CONCILIANET, normativa que en la realidad es escasa. Así este ordenamiento contiene algunos artículos que regulan específicamente este sistema de resolución de controversias en línea. Por ejemplo, el artículo 99 que brinda la oportunidad de que la interposición de la queja sea de manera electrónica, el artículo 104 validando las notificaciones personales realizadas de manera electrónica y el artículo 111, el cual ofrece la posibilidad de llevar a cabo el procedimiento conciliatorio a través de medios electrónicos. Aunque estos artículos son clave para el funcionamiento de CONCILIANET, y fungen como pilares, es necesario dejar claro que hoy en día esta regulación es deficiente. Así surge la necesidad de actualizar esta legislación a fin de incrementar su eficiencia y eficacia, de manera que se brinde una debida protección al consumidor y que un mayor número de éstos pueda beneficiarse de este sistema.

Por otro lado, una de las principales desventajas para la resolución de controversias en línea a través de CONCILIANET es que si la empresa respecto la cual se quiere levantar la queja no ha firmado previamente un convenio de colaboración no se puede iniciar el procedimiento de manera digital sino únicamente de manera física, acudiendo a una de las delegaciones de PROFECO. En otras palabras, todas las empresas expresamente deben celebrar un convenio de colaboración con la PROFECO según lo mencionan Nava y Breceda: “el convenio de colaboración es un acuerdo elaborado por PROFECO en el cual se establecen las políticas a las que los proveedores se sujetan, aceptando que el procedimiento conciliatorio, que derive de una queja, se tramite por medio de CONCILIANET” (Nava & Breceda, 2015, p. 727).

No obstante, en cuanto a datos concretos obtenidos del portal de Buró Comercial de PROFECO, únicamente 86 empresas suscribieron el convenio de adhesión cuando menos hasta 2021 que es la fecha más reciente en cuanto cifras emitidas oficialmente por

PROFECO, es decir, sólo estas empresas pueden llevar a cabo el proceso conciliatorio completamente en línea. Dicha cifra es sólo parte de un total de 346 empresas registradas en este portal. La importancia de dichos convenios plantea también la necesidad de que empresas mexicanas dedicadas al comercio electrónico se den cuenta de lo importante que es contar con un sistema de resolución de conflictos en línea.

Por ejemplo, retomando la idea expuesta anteriormente qué pasa en el supuesto de que se quiera interponer una queja contra una empresa y ésta no cuente con el soporte para resolver a través de CONCILIANET ya que no ha firmado el convenio de colaboración. Bajo este supuesto probablemente el asunto quedaría en el olvido, porque es posible que al tratarse mayormente de asuntos de escasa cuantía, los consumidores simplemente no querrán acudir a los tribunales a exigir o a hacer válidos sus derechos, porque terminarían gastando más que lo que buscan recuperar. Las alternativas de los compradores para resolver estas controversias son limitadas, ya que por ejemplo CONCILIANET como mecanismo de resolución de controversias en línea no aparece más como opción debido a que en este problema en particular, en el escenario en que la empresa contra la cual se quiera interponer la queja, está fuera del rango de intervención de CONCILIANET ya que ésta no ha suscrito el convenio de colaboración mencionado anteriormente.

Así, la legislación se ha visto rebasada por la realidad, puesto que en la actualidad como ya se mencionó, se está experimentando las secuelas de una pandemia (COVID-19). Ésta ha provocado que ante el panorama social en que nos encontramos y en el porvenir, es decir, la pospandemia, la legislación y la tecnología deberán ser flexibles y el legislador más consciente para adaptarse a esta nueva realidad. Es innegable que la vida y la rutina del ciudadano en general se ha visto afectada y modificada, y es que si bien la legislación previó este escenario -de contar con un mecanismo extrajudicial de resolución de controversias en línea- ya que se cuenta con internet con el CONCILIANET. Sin embargo, luego de su creación e implementación el legislador no fue más allá, no se han realizado adecuaciones a la ley para corregirla o actualizarla. A fin de no solo de brindar una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio mexicano como extranjero, sino también de que cada vez más consumidores puedan beneficiarse de este sistema.

Por esto es necesario actualizar la Ley Federal de Protección al Consumidor que da pie a CONCILIANET, puesto que a más de 10 años de su puesta en marcha se ha mantenido prácticamente igual. Es necesario transformar esta plataforma en un mecanismo que se enfoque más en la solución de controversias derivadas del comercio electrónico de tipo B2C, de gran volumen y de escasa cuantía.

Ahora bien, cabe destacar que en la actualidad existen diversos organismos internacionales que han expedido varios instrumentos internacionales que tratan temas y/o conceptos claves para esta investigación tales como la resolución de controversias en línea. Por tanto, sería relevante realizar un análisis sobre estos instrumentos internacionales así como de iniciativas regionales, es decir, plataformas dedicadas a la resolución extrajudicial de conflictos en línea, derivadas del comercio electrónico. A fin de sustraer los puntos clave o ideas principales que podrían resultar beneficiosas para la elaboración de una propuesta de adecuación y actualización a los artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor que dan pie a CONCILIANET. Buscando en última instancia ampliar la protección actual del consumidor, tanto nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea.

Pregunta de investigación

¿Qué podrían aportar diversos instrumentos internacionales y plataformas de resolución de controversias en línea de comercio electrónico B2C, al cuerpo normativo de CONCILIANET en México, para que se asegure la debida protección a los consumidores, que residan tanto en territorio nacional como extranjero, que contraten con empresas mexicanas en línea de tipo B2C?

Hipótesis

Los instrumentos internacionales así como plataformas de resolución de controversias en línea podrían establecer los lineamientos para el mejoramiento de lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor en los artículos que se refieren al funcionamiento de CONCILIANET. Lo anterior con la finalidad de brindar una debida protección a los consumidores, que residan tanto en territorio nacional como extranjero, que contraten con empresas mexicanas en línea (B2C).

Objetivo

Elaborar una propuesta de actualización de los artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en lo relativo al funcionamiento de CONCILIANET para que se brinde la debida protección a los consumidores, que residan tanto en territorio nacional como extranjero que contraten con empresas mexicanas en línea.

Metodología

Con la finalidad de responder la pregunta de investigación, comprobar la hipótesis y cumplir con el objetivo señalado, el método que se utilizó fue predominantemente documental. El procedimiento que se siguió fue el siguiente:

Primero, se realizó un análisis diagnóstico tanto de la plataforma sobre la que versa la problemática de la investigación, CONCILIANET, así como del fundamento normativo que da pie a su funcionamiento, la Ley Federal de Protección al Consumidor. Sin embargo en lo que respecta a la LFPC únicamente se analizaron los artículos relativos al funcionamiento de CONCILIANET. A través de este análisis diagnóstico se identificaron claramente las fortalezas y las áreas de oportunidad en concreto tanto de la ley como de la plataforma.

Segundo, se realizó una breve descripción de algunos instrumentos internacionales en materia de resolución de controversias en línea, y posteriormente se procedió a realizar un análisis de estos. Los instrumentos que se analizaron fueron los siguientes:

- a) Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Solución de Controversias en Línea.
- b) 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.
- c) Reglamento (UE) n^o 524/2013, sobre Resolución de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por el que se Modifica el Reglamento (CE) n^o 2006/2004
- d) Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores.

De dichos instrumentos se obtuvo información sobre los principios que deben regir un procedimiento de resolución de controversias en línea para un funcionamiento adecuado. La mencionada información consiste en el alcance que han de tener los mencionados

procedimientos, cómo se han de desarrollar, así como las características con las que deben contar.

Tercero, se realizó un análisis de algunas de las plataformas internacionales de resolución de controversias en línea más sobresalientes debido a su labor en la mencionada resolución de controversias de comercio electrónico entre empresas y consumidores. Como son:

- a) SIC Facilita (Colombia)
- b) Portal del SERNAC (Chile)
- c) Plataforma de Resolución de Litigios en Línea (Unión Europea)
- d) El sitio Consumidor.gov.br (Brasil)
- e) Centro de Resolución de Disputas de eBay

Se optó por analizar cuatro plataformas de la iniciativa pública, y otra de la iniciativa privada. De éstas se sustrajo información respecto su funcionamiento; datos como el objetivo que tiene cada una de estas plataformas, las pretensiones y/o motivos ante los cuales provee la apertura de un procedimiento de resolución extrajudicial de controversias, cuáles son las características de estos procedimientos, la accesibilidad que tienen estas plataformas para consumidores residentes en el extranjero y un apartado breve sobre la protección de datos personales de los consumidores, y usuarios, y los términos o condiciones que tienen dichas plataformas como requisitos para iniciar un procedimiento en éstas, así como un dato más concreto como es la duración de un procedimiento en estas plataformas.

Cuarto, a partir de los análisis realizados, se generó una propuesta de actualización tanto de la LFPC como de CONCILIANET a fin de que se brinde una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea. Lo anterior se logró primero a través de realizar un vaciado, y ordenamiento, de la información obtenida en los análisis señalados anteriormente de forma gráfica en tablas comparativas, tanto para los instrumentos como las plataformas. La organización de los datos recopilados se realizó de la forma antes mencionada para facilitar el cotejo y análisis de los mismos.

Utilidad

Partiendo de un análisis diagnóstico de los artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor que dan pie al funcionamiento de CONCILIANET y de la plataforma misma, así como de un análisis a instrumentos internacionales y plataformas internacionales en materia de resolución de controversias en línea se pueda obtener una propuesta de solución a la problemática planteada en el presente protocolo. Es decir, se busca diseñar una propuesta para brindar una debida protección a los consumidores que residan tanto en territorio nacional como extranjero que contraten con empresas mexicanas en línea de tipo B2C. Para que al encontrarse bajo el supuesto de tener que solucionar una controversia al contratar con alguna de estas empresas no caigan en un estado de indefensión y puedan tener acceso a un mecanismo eficiente, sencillo, económico que resulte accesible a ambas partes, es decir al comercio y al consumidor.

Estructura de la tesis

El presente trabajo de investigación está compuesto por cinco capítulos que van de lo general a lo particular. En este sentido, en el capítulo primero se desarrolla el marco teórico-conceptual, el cual funge como el pilar sobre el cual se basa el presente trabajo de investigación, tiene como finalidad presentar aquellos conceptos básicos, y clave, para comprender a profundidad la problemática planteada en esta tesis. Dichos conceptos se van hilando, partiendo del comercio tradicional al comercio electrónico, la contratación y la contratación en línea. Hasta llegar finalmente a la resolución alternativa de disputas (ADR)³ y la resolución de disputas en línea (ODR)⁴.

El capítulo segundo, aborda el panorama nacional de los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias en línea en materia de comercio, entrando de lleno a lo que es la Ley Federal de Protección al Consumidor y CONCILIANET. Esto se realizó a través de un análisis crítico, primero a aquellos artículos en particular que dan pie al funcionamiento de CONCILIANET, y posteriormente a la plataforma misma. Tanto del sitio de ésta, como los informes de actividades que permitieron conocer a través de estadísticas y datos concretos

³ Por sus siglas en inglés que significan Alternative Dispute Resolution

⁴ Por sus siglas en inglés que significan Online Dispute Resolution

los resultados que ha tenido CONCILIANET a lo largo de los años desde su puesta en marcha.

En el capítulo tercero se estudia el panorama internacional de algunos de los instrumentos internacionales más relevantes, a través de un análisis, ya que dichos instrumentos son referentes en la materia. Se analizaron aspectos clave de estos instrumentos como lo son sus objetivos, los principios que señalan estos instrumentos que deben encontrarse siempre presentes en los procedimientos alternativos de resolución de controversias así como las características de estos procedimientos. Todo esto con la finalidad de comparar esto con lo existente en México, debido a que se cuenta con la normativa mencionada y analizada en el capítulo segundo, es decir, la LFPC.

En el capítulo cuarto se continúa con los análisis a nivel internacional pero ahora de plataformas internacionales de resolución de controversias un línea, de igual forma estas plataformas fueron seleccionadas debido a su relevancia a nivel internacional y que además brindan una perspectiva más amplia al ser plataformas latinoamericanas como europea. Este análisis en lo particular se concentró en obtener el objetivo de estas plataformas, ante que pretensiones y/o motivos procede la apertura de un procedimiento en estas plataformas, las características de sus procedimientos y si dichas plataformas son accesibles para consumidores residentes en el extranjero. Además de un breve apartado dedicado a la protección de datos personales de los consumidores, y usuarios, que hagan uso de estas plataformas debido a que la protección debida e integral del consumidor comprende también la protección de sus datos personales.

Finalmente el capítulo quinto desarrolla las conclusiones obtenidas de la presente investigación. Además este apartado incluye propuestas de actualización tanto de la LFPC como de CONCILIANET a fin de que éstas brinden una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio mexicano como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea.

CAPÍTULO 1. CONCEPTOS BÁSICOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS DISTINTOS MECANISMOS PARA LA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN EL ENTORNO DIGITAL

El presente apartado tiene como finalidad dar a conocer los conceptos básicos que permitan conocer y comprender al comercio electrónico. Sentando de esta forma la base para que a posteriori se puedan comprender los diversos mecanismos de solución de controversias que existen en este tipo de comercio en México. Para con ello poder hacer un énfasis en el mecanismo implementado por medio de la plataforma de la Procuraduría Federal del Consumidor denominada CONCILIANET.

Los conceptos básicos seleccionados para cumplir con la finalidad anterior mencionada son el comercio, el comercio electrónico y sus antecedentes, los actores que participan en esta actividad que son el consumidor y el comerciante en el contexto digital. Además se presenta al Estado como autoridad reguladora de la actividad comercial en línea. Resaltando los siguientes aspectos: los derechos de los consumidores, la contratación en línea y, las modalidades del comercio electrónico existentes según los sujetos que intervienen en él. En esta investigación se hará énfasis en el comercio denominado Business to Consumer o por sus siglas en inglés B2C, cuya traducción literal es de Negocio a Consumidor.

Luego de explicar cómo funciona el comercio electrónico en México, así como las partes que en él intervienen, se hará una descripción sobre el tipo de controversias que se pueden derivar de esta actividad comercial en línea, y cuáles son las opciones legales para su solución.

1.1. Definición, Tipos y Actores Involucrados en el Comercio Electrónico

El comercio es un concepto “demasiado amplio para acotarlo exclusivamente al derecho mercantil” (Dávalos, 2010, p. 49), sin embargo jurídicamente puede definirse como el “intercambio de bienes o servicios [que] se puede llevar a cabo a través de un acto jurídico” (Dávalos, 2010, p. 49). Por su parte, el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2018) define al comercio como la “actividad mediante la cual se intercambian, venden o compran productos” (p. 1). Por último (Vélez, 2008) define al comercio, con información

brindada por el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN , 2002), como toda aquella actividad socioeconómica que compre tanto la compra como la venta de bienes, tanto para su uso, como para su venta o su transformación. Se trata de un intercambio o transacción de una cosa por otra de igual valor (p. 1). Es decir, en resumidas cuentas el comercio no es más que aquella actividad regida en este caso por el derecho mercantil, y de manera supletoria por el derecho civil, en la cual se venden bienes o servicios. Ahora se analizará al tema medular, el comercio electrónico.

El comercio electrónico solo fue susceptible de realizarse una vez que se tuvo acceso al Internet, sin embargo “su uso se estandarizó hasta los años setenta cuando apareció el intercambio de datos electrónicos (EDI, por sus siglas en inglés) cuyo objetivo era el intercambio de documentación entre grandes empresas” (Fernández, Sánchez, Jiménez, & Hernández, 2015, p. 108). Hasta ese entonces el Internet no era de uso generalizado, este se da “hasta la creación de la tecnología web WWW (World Wide Web) en 1992” (Fernández, Sánchez, Jiménez, & Hernández, 2015, p. 108). Un par de años después se puede considerar la primera transacción minorista por Internet, en agosto de 1994⁵, entre un grupo jóvenes emprendedores de Nashua, New Hampshire y un individuo radicado en Filadelfia, donde éste último a través de su ordenador utilizó un código secreto para enviar el número de su tarjeta de crédito Visa para pagar \$12.48 dólares por un disco compacto de Sting.

El comercio electrónico se puede definir según la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (UNCITRAL⁶) como aquellas: “Transacciones comerciales internacionales [que] se realizan por medio del intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación, habitualmente conocidos [...], en los que se usan métodos de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel”. (UNCITRAL, 1996, p. 1).

Ahora bien, esta definición fue dada a conocer en el documento llamado Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su Incorporación al Derecho Interno en la cual se buscaba: “prever que el empleo de esas vías de comunicación [fuera]

⁵ Obtenido de la nota original del New York Times – Attention Shoppers: Internet Is Open <https://nyti.ms/3zHtdFU>.

⁶ Por sus siglas en inglés United Nations Commission on International Trade Law.

cada vez mayor, a medida que se [fuera] difundiendo el acceso a ciertos soportes técnicos como la Internet y otras grandes vías de información transmitida en forma electrónica” (UNCITRAL, 1996, p. 16). Además dicha definición de comercio electrónico cronológicamente fue la primera, y cabe aclarar que si bien menciona que las transacciones comerciales son de índole internacional, también se pueden realizar transacciones de comercio electrónico a nivel nacional.

Posteriormente, un año después, el Servicio de Información para la Comunidad de Investigación y Desarrollo (en adelante CORDIS⁷), perteneciente a la Unión Europea, realizó lo propio y definió al comercio electrónico como:

Cualquier actividad que involucre a empresas que interactúan y hacen negocios por medios electrónicos, bien con clientes, bien entre ellas, o bien con la Administración. Se incluye el pedido y pago electrónico y on-line de bienes que se envían por correo u otro servicio de mensajería, así como el envío on-line de servicios como publicaciones, software e información. Asimismo, se incluyen actividades como diseño e ingeniería cooperativa, Marketing, comercio compartido (trade sharing), subastas y servicios post-venta (CORDIS, 1997, p. 1).

En la anterior definición se resalta el uso de los medios electrónicos, siendo esta la primera y más obvia distinción con el comercio tradicional, ya que no se da una interacción cara a cara entre el vendedor y el consumidor sino que la relación entre ellos se da en un espacio digital de manera asincrónica.

Por otro lado, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) define al comercio electrónico como:

Cualquier transacción para la compraventa de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas, mediante métodos específicamente diseñados con el objeto de recibir o hacer pedidos. No es necesario que el pago y la entrega final de los bienes o servicios se efectúen por esta vía, y se excluyen pedidos realizados mediante llamada telefónica, fax o correo electrónico tecleado manualmente (OCDE, 2011, p. 71).

Esta definición a diferencia de las anteriores añade un par de detalles, el primero de ellos es que señala que puede haber transacciones comerciales con el objeto de adquirir no solo mercancías sino también servicios, y el segundo es que reconoce que se puede realizar

⁷ Por sus siglas en inglés Community Research and Development Information Service.

el pago de dichos bienes o servicios al momento de hacer el pedido o no, además que se pueden obtener bienes tangibles e intangibles como es el caso de una venta de software o, servicios. Dentro de esta categoría de servicios se incluyen aplicaciones de transporte como Uber y Didi.

Sin lugar a dudas, la tecnología ha modificado las formas en que se relaciona el ser humano al utilizar cada vez más los diversos dispositivos electrónicos con acceso a Internet en la rutina diaria. Dentro de estos cambios, o avances, se encuentra la introducción del concepto de comercio electrónico a un sector cada vez más amplio de la población mundial. Tan es así que según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) indican que “las ventas mundiales de comercio electrónico alcanzaron los 26.7 mil millones de dólares a nivel global en 2019, un aumento del 4% con respecto a 2018” (UNCTAD, 2021).

A pesar de la pandemia de COVID-2019 el comercio electrónico va en aumento, al menos conforme a los datos obtenidos por la UNCTAD. De hecho “la pandemia de COVID-19 ha acelerado el cambio hacia un mundo más digitalizado. Los cambios que hacemos ahora tendrán efectos duraderos a medida que la economía mundial se empieza a recuperar” (UNCTAD, 2020, p. 1), es decir, dicha pandemia ha orillado a tener que hacer adaptaciones cada vez mejor al uso de la tecnología para labores o actividades que resultan indispensables pero por cuestiones de riesgos de salud no se pueden realizar presencialmente, como el estudio o el trabajo (en el ya tan conocido *home office*).

Lo anterior a nivel mundial, pero a nivel nacional la Asociación de Internet .MX, la cual es una “asociación civil sin fines de lucro que conjunta a las empresas y entidades de gobierno, más relevantes alrededor de la industria de internet desde 1999”⁸ ha emitido un estudio que brinda luz respecto a los números del comercio electrónico en México. Según datos proporcionados por este mismo portal en su informe: Estudios Sobre Comercio Electrónico en México 2021, durante 2020 “el comercio electrónico en México alcanzó 316 mil millones de pesos” (AMVO, 2021, p. 7).

⁸ Obtenido de su sitio web <https://bit.ly/329hekZ>

No obstante, aun teniendo esas cifras tan impresionantes, existen algunas complicaciones aún en el despunte del comercio electrónico puesto que como menciona (Martín J. , 2021) “el rezago del país en el acceso a internet y la alta informalidad amenazan con limitar la expansión del e-commerce una vez superada la pandemia.” (p. 1). Esto debido a que el comercio electrónico “entraña una problemática peculiar: la brecha digital; esto es, el conocimiento de algunos y desconocimiento de otros sobre el uso de las tecnologías de la información” (Arely, 2017, p. 114).

A pesar de lo anterior el comercio tradicional tiene un decrecimiento a nivel mundial y también nacional, entendiendo por comercio tradicional a la “forma de compra-venta en la que se da una intensa relación entre vendedor y cliente, de forma que éste tiene que demandar su necesidad y es asesorado directamente por el vendedor en el modo de satisfacerla.” (Fernández R. , 2008, p. 3). Es decir, se trata de una relación directa entre el comprador y el vendedor, de tal suerte que existe una comunicación directa e inmediata al ser de tipo presencial. Detalle particular que no se encuentra presente en el comercio electrónico debido a la facilidad de este último de poder celebrar transacciones sin importar el espacio geográfico que separe al vendedor del consumidor.

De tal suerte que con la finalidad de ahondar en la relación comercial que se da entre sujetos que intervienen en el comercio electrónico así como sus derechos y obligaciones, a continuación se explica cada una de las partes involucradas a la vez que se mencionan cuáles son los derechos y obligaciones con que cuentan.

1.1.1 Modalidades de Comercio Electrónico

Dentro del comercio electrónico existen ciertas modalidades que dependen del papel que desempeñan los sujetos que intervienen en dichas transacciones. Es así que encontramos el Business to Business o de Empresa a Empresa (B2B) siendo aquella modalidad en la que “una empresa vende un bien o servicio a otra empresa” (Banda, 2019, p. 3), son aquellas “transacciones que efectúan las compañías cuando realizan pedidos, reciben facturas, realizan pagos, manteniendo así una relación con proveedores o clientes a través de Internet” (Del Águila, 2000, p. 42). El comercio electrónico denominado en inglés Consumer to Consumer cuya traducción es de Consumidor a Consumidor (C2C) que como su nombre lo indica es cuando un consumidor le vende un bien o servicio a otro consumidor, se trata de

“procesos de compraventa que pretenden poner en contacto a los oferentes y demandantes de un determinado producto sin que exista la necesidad de un intermediario” (Martín & Sáez, 2016, p. 9).

Se encuentra también el Comercio entre Consumidor y Empresa (por sus siglas en inglés C2B, Consumer to Business), en esta modalidad como menciona Del Águila en (Adriano, 2019) “están incluidas todas las transacciones electrónicas que parten desde el consumidor hacía las empresas, es decir, es el cliente o un grupo de clientes quien realiza una oferta a la empresa.” (p. 8). Por último, a fin de mostrar un puñado de las modalidades más relevantes dentro del comercio electrónico⁹ queda mencionar al Business to Consumer o de Empresa a Consumidor mejor conocido por sus siglas en inglés B2C. Dicha modalidad como ya se había mencionado anteriormente es en la cual se ha de enfatizar en el presente capítulo por la relevancia que tiene en el funcionamiento de CONCILIANET. Debido a que dicha plataforma se dedica a resolver todo tipo de conflictos entre empresas y consumidores (siendo estos precisamente los actores involucrados en el comercio B2C) susceptibles de conciliar, no únicamente aquellos derivados del comercio electrónico.

1.1.2. Sujetos y Elementos que Intervienen en una Transacción Comercial

Es necesario conocer también a los sujetos partícipes de una transacción de comercio electrónico a fin de comprender de forma integral de este tipo de comercio. Dichos sujetos son el comerciante o proveedor y el comprador o usuario, según el momento de la transacción que se trate.

1.1.2.1. Comerciante / Proveedor

El comerciante o proveedor que se encuentra definido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su Artículo 2º Fr. II como toda “persona física o moral en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios” (Congreso de la Unión, 2019, p. 2). Por su parte la doctrina cuenta con una visión más amplia en la que se considera al

⁹ Pero cabe mencionar otras modalidades de comercio electrónico como son el B2A (Business to Administration o de Empresa a Administración), B2E (Business to Employee o de Empresa a Empleado), G2C (Government to Consumer o de Gobierno a Consumidor), B2G (Business to Government o Empresa a Gobierno).

comerciante como un intermediario debido al papel que juega en la oferta de bienes o servicios, por lo tanto es:

Un intermediario en el cambio, lo cual implica que es quien realiza actos a través de los que intercambia bienes o servicios con un fin de lucro. El comerciante es un intermediario porque los bienes o servicios que intercambia no los emplea en su uso o consumo personal sino que los destina al intercambio; el intercambio sucesivo es lo que hace a una persona ser intermediario entre el productor y el consumidor. Cabe mencionar que el productor también puede tener como finalidad el lucro. (Dávalos, 2010, pp. 84-85).

No obstante hay que dejar en claro que si bien un comerciante puede ser a la vez productor, no siempre es el caso, pero es importante señalar esta excepción. Además de que en el Código de Comercio se señala que para que una persona se repute comerciante “no basta que realice un acto de comercio aislado, así como tampoco importa el monto de los ingresos que obtenga por ese acto, sino que es necesario que los actos de comercio [los] realice [...] de forma habitual” (Dávalos, 2010, p. 86). El Código de Comercio, en su artículo 3º fracción I, en el caso de las personas físicas respecto al comercio señala que los comerciantes son aquellos que “hacen de él su ocupación ordinaria”. (Congreso de la Unión, 2018, p. 2). De igual forma pueden ser también las personas morales pueden ser consideradas comerciantes como aquellas “[...] sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio” (Congreso de la Unión, 2018, p. 2).

Ahora, es necesario conocer a su contraparte aquella que permite conformar un acto de comercio, tanto de forma tradicional como digital. Es decir, a continuación se ha de tratar lo relativo al consumidor.

1.1.2.2 Consumidor / Usuario

Consumidor se define como “toda persona que compra bienes o servicios de una manera ajena a su actividad profesional, dando a los mismos un destino doméstico” (Castañeda, 2002, p. 316). En el comercio electrónico encontramos también la figura del consumidor, y se define como aquel individuo que busca hacerse de un bien o servicio a través de estos medios electrónicos. Comenzando por el ámbito nacional, la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), define al consumidor como:

La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros. (Congreso de la Unión, 2019, p. 2)

En este caso, la LFPC incluye de igual forma a las personas morales como consumidores, pero que cabe destacar serán únicamente aquellas que “estén acreditadas como microempresas o microindustrias en términos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal” (Congreso de la Unión, 2019, p. 2). Por otro lado, la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo el consumidor, lo define como: “toda persona física que actúe con fines ajenos a sus actividades comerciales o empresariales, a su oficio o a su profesión.” (Parlamento Europeo, 2013, p. 8).

Ahora bien, en el plano internacional hay un par de definiciones más que añaden elementos que de pronto en los conceptos anteriores no se encuentran presentes. Como es el caso del Estatuto 1480 de 2011, mejor conocido como Estatuto del Consumidor en Colombia. Dicho ordenamiento equipara Consumidor y Usuario definiéndolos como:

Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario. (Congreso de la República, 2011, p. 4).

Es importante señalar también que no sólo será consumidor o usuario aquel que adquiera un producto sino que también lo disfrute o utilice. Entendiendo además que en la definición anterior se engloba al usuario, siendo éste aquel que disfruta de un servicio. Por último, cabe indicar lo respectivo al consumidor digital a fin de distinguir sus diferencias con el consumidor tradicional. Tratándose del consumidor digital, éste es un “consumidor muy informado y actualizado [...] que marca cómo y cuándo disfruta de los productos y servicios” (Relaño, 2011, p. 44). Lo anterior debido a que este tipo de consumidor “tiene la posibilidad de estar conectado en todo momento y lugar con cualquier persona del mundo” (Relaño, 2011, p. 44). Es decir, en comparación con el consumidor tradicional que requiere de acudir

presencialmente a los establecimientos para observar los productos y sus características a fin de informarse y tomar una decisión, el consumidor digital puede hacerlo desde su casa u oficina, en menor tiempo y teniendo una mayor cantidad de opciones en cuanto a productos y servicios se refiere.

1.1.2.3. Derechos Básicos Contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor

Para poder entrar de lleno a este apartado cuyo fundamento principal es el marco jurídico mexicano, primero se deben mencionar los antecedentes de los derechos de los consumidores, que como se verá podrían considerarse un tema relativamente nuevo. Debido a que los derechos del consumidor “como conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, han venido siendo reconocidos sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX.” (Ovalle, 2000, p. 3). El primer documento que reconoció estos derechos fue la Carta Europea de Protección de los Consumidores (CEPC) en 1973. Dicha Carta reconoció cuatro derechos fundamentales de los consumidores, sirviendo como pilares en cuanto a derechos de esta índole se refieren:

A) “El derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores.”

Este fue el primer derecho mencionado en dicha Carta debido a que es primordial proteger al consumidor, sobre todo debido a la situación en que se encuentra este ante el comerciante o proveedor¹⁰. El consumidor al buscar acceder a un determinado producto o servicio se encuentra en desventaja al tener que aceptar un contrato de adhesión, de someterse a los términos establecidos por el comerciante.

B) “El derecho a la reparación del daño que soporte el consumidor por la circulación de productos defectuosos, o por la difusión de mensajes engañosos o erróneos.”

Dichos derechos cubrían temas básicos, no así menos importantes como es la reparación del daño en caso de algún producto defectuoso, e incluso cosas que hoy en día podrían considerarse como implícitas como es la simple protección y asistencia al propio

¹⁰ Haciendo esta distinción debido a que el primero es el que oferta productos y el segundo el que brinda servicios, aunque existen disposiciones que los utilizan de forma indistinta

consumidor. A partir de dicho reconocimiento la evolución de los derechos de los consumidores ha debido ajustarse a la par del desarrollo del comercio mismo.

- C) “El derecho a la información y a la educación que la Carta prevé no sólo para la obtención, por parte del consumidor, de informaciones correctas sobre la calidad de los productos, sino también para verificar la identidad de los proveedores y para cualquier aspecto del producto.”

Esta Carta dejaba en claro que los proveedores debían brindar la información necesaria al consumidor tanto para conocer las características de los productos, como para verificar la identidad misma de los proveedores.

- D) “El derecho de los consumidores a organizarse en asociaciones y a ser representados en diversos organismos.” (Ovalle, 2000, pp. 5-6).

Por último, se reconoció también el derecho de los consumidores a no necesariamente actuar desde la individualidad, sino que se abrió la posibilidad a que se pudiesen organizar y a ser representados en varios organismos.

Estos son los pilares de los derechos de los consumidores dispuestos en nuestra Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) cuya entrada en vigor fue el 5 de Febrero de 1976, sólo unos años después de la creación de la Carta Europea mencionada anteriormente. Resultó sumamente importante la entrada en vigor de dicha Ley puesto que “hasta aquel entonces el control estatal sobre el mercado era casi nulo y prevalecía un claro dominio y superioridad del proveedor o intermediario de bienes y servicios sobre los consumidores” (Nava, 2018, p. 4). Llegando dicho ordenamiento (así como la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Federal del Consumidor) se pudo equilibrar la balanza en la que las empresas tenían mayor ventaja y control sobre los consumidores nacionales, en este caso.

La LFPC maneja en su artículo 1º un total de once derechos básicos para los consumidores¹¹ dentro de los cuales se encuentran los cuatro derechos previamente

¹¹ 1. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos

2. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones

3. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que se presenten

mencionados en la Carta Europea. De tal suerte que el resto de los derechos contenidos en dicho artículo son actualizaciones o ampliaciones a estos derechos, como es el caso de fracción VIII en la que se contempla la protección del consumidor en las transacciones realizadas a través de medios electrónicos por ejemplo. Además del correcto uso de los datos que éste proporcione, así como los que el proveedor, de bienes o servicios, recopile durante la navegación del consumidor por el sitio web.

Dicho tema, la protección de datos personales del consumidor, y usuario, de sitios de comercio electrónico será abordado de forma particular en los siguientes capítulos, tanto a nivel nacional en CONCILIANET como a nivel internacional en las plataformas internacionales de resolución de controversias entre proveedores y consumidores que serán analizadas. Así como el caso de la fracción III es más detallada la información que los proveedores deben brindar para un consumo adecuado, como es el peso, las características del producto que se trate así como los riesgos que estos puedan representar.

No obstante, teniendo una idea de quiénes son el comerciante y el consumidor hay que dejar en claro que la relación entre estos se da a través de la contratación. Por lo cual es menester conocer en qué consiste dicha actividad, partiendo de lo básico, qué se entiende por contrato.

1.1.3 Contratación Tradicional y en Línea.

Un contrato se define como “el acuerdo entre dos o más sujetos (las partes del contrato) por el que se comprometen entre sí a una determinada conducta (prestación)

-
4. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos
 5. El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica a los consumidores
 6. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos
 7. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios
 8. La real y efectiva protección del consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados
 9. El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento
 10. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas
 11. La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor

encaminada a proporcionar algún beneficio o ventaja.” (Bercovitz, Morajelo, & Quicios, 2020, p. 109).

Se debe partir por lo básico que es la teoría del acto jurídico, realizando una breve recapitulación de los que son los elementos de existencia y validez para poder realizar una comparación entre dichos elementos para una contratación tradicional y otra en línea:

Los actos jurídicos requieren para su existencia de la expresión de la voluntad, del objeto y en algunos casos de la solemnidad. Adicionalmente, para su validez, requieren cumplir determinados requisitos, como la capacidad, la ausencia de vicios del consentimiento, la forma y la licitud. (Camargo, 2016, p. 86)

Ahora bien, para “la formación de un acto jurídico por medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología requiere de la concurrencia de los mismos elementos citados.” (Camargo, 2016, p. 86). Es decir, requiere también los elementos tanto de validez (capacidad, ausencia de vicios del consentimiento, forma y licitud), como de existencia (la expresión de la voluntad, objeto y en algunos casos la solemnidad). En este sentido no cambia nada en cuanto a la celebración de un acto jurídico o de una contratación de forma tradicional como en línea, o a través de medios electrónicos. Por lo tanto es menester estudiar en lo particular uno de los elementos esenciales del contrato, el consentimiento.

1.1.3.1 Manifestación del Consentimiento a través de Medios Tradicionales.

Dentro de los contratos existen elementos esenciales, aquellos que en caso de ser omitidos por consecuencia traerán aparejada la inexistencia del contrato. Uno de estos elementos esenciales es el consentimiento. Por ello cabe señalar primero que consentimiento se define como “un acuerdo de voluntades entre los contratantes” (López, 2019, p. 53).

Posteriormente para que se pueda perfeccionar el consentimiento es necesaria:

la expresión de la voluntad de cada una de las partes que intervienen en la celebración del acto jurídico del que se trata. Expresada la voluntad por cada una de las partes para la celebración del contrato, de acuerdo con las condiciones en que han convenido obligarse, se forma el consentimiento y en consecuencia se perfecciona el contrato. (Camargo, 2016, p. 85)

Cabe señalar cómo es que realmente se configura el consentimiento, esto se hace “mediante la concurrencia de la oferta y la aceptación, es decir, el contrato se forma en el

momento en que el proponente reciba la aceptación, siempre y cuando haya sido lisa y llana, de lo contrario deberá considerarse como una contraoferta” (López, 2019, p. 54).

Vale decir, como se mencionó anteriormente en la definición de consentimiento, para que se pueda perfeccionar dicho elemento se requiere la expresión de la voluntad de las partes que en este caso celebren el contrato de que se trate. Ahora bien, en lo que respecta al perfeccionamiento del consentimiento en un contrato, o acto jurídico celebrados por medios tradicionales “podemos a través de diversos elementos, según el acto, determinar con precisión el momento en el que consentimiento se perfecciona y consecuentemente nace el contrato y produce sus consecuencias jurídicas, sobre todo cuando el contrato se celebra entre personas presentes.” (Camargo, 2016, p. 85).

De lo anterior, se puede rescatar la última parte de la cita referente a la celebración del acto jurídico entre personas presentes, debido a que este aspecto marca una diferencia importante para la distinción y posterior estudio del consentimiento otorgado o manifestado a través de medios electrónicos, así como la forma de validar dicho elemento.

1.1.3.2 Manifestación del Consentimiento a través de Medios Electrónicos.

Puesto que existe una marcada diferencia entre la forma de contratar, en este caso a través de los medios electrónicos ya que las partes se encuentran en espacios geográficos distintos pero existen las herramientas, anteriormente nombradas, para que puedan llevar a cabo la celebración de dicho acto jurídico. No obstante puede resultar difícil que el consentimiento se otorgue libre de todo vicio a través de medios electrónicos, puesto que:

Así como el comercio electrónico entraña una problemática peculiar: la brecha digital; esto es, el conocimiento de algunos y desconocimiento de otros sobre el uso de las tecnologías de la información; por lo cual, estos nuevos derechos obtenidos y la protección de los mismos corresponden al interés público del Estado. (Arely, 2017, p. 114).

Resulta pues que no existe solamente el riesgo de que el consumidor cometa algún error al momento de contratar algún servicio o adquirir algún bien en línea debido a alguna falla en los medios electrónicos. Debido a que estos muchas veces se encuentran fuera de su control. Existe también un riesgo en el supuesto que egl consumidor cometa un error en caso de no presentarse las debidas pantallas de confirmación de la transacción, por ejemplo, como menciona (Arely, 2017):

Las empresas que realizan comercio electrónico deben ser obligadas a presentar pantallas o ventanas de confirmación de datos y de compra puesto que el consumidor se encuentra a un estado de incertidumbre y desprotección frente a una plataforma automatizada que efectúa una transacción electrónica y que puede inducir dolosamente al error (p. 116).

Lo anterior hace referencia a que no únicamente el consumidor corre peligro debido al estado de incertidumbre que puede sufrir, al desconocer la información necesaria para llevar a cabo una transacción a través de medios electrónicos, sino que también la empresa puede aprovecharse de eso. Cabe hacer también mención, únicamente de forma referencial debido a que este tema será abordado más adelante, de este punto en la contratación, por ejemplo en un sitio web para la compra de un determinado artículo, y es que si por parte del consumidor existe un:

Conocimiento o desconocimiento del uso de las tecnologías de la información en una compra-venta en línea, pero inclusive el consumidor conocedor del comercio electrónico se encuentra indefenso ante un sistema automatizado que conduce al error, puesto que no confirma la voluntad del usuario. (Arely, 2017, p. 114).

Es precisamente ante estos riesgos, como es un error técnico en el sitio al momento de adquirir un bien o servicio o un malentendido en los términos de contratación, que existen los medios alternativos de resolución de controversias (en este caso también en línea) para dar una adecuada solución a estas disputas.

1.2 Controversias en el Comercio Electrónico y los Mecanismos Alternativos de Resolución de Controversias.

Como en una relación contractual comercial tradicional, en su homónimo digital también se presentan disputas que pueden ir desde un error en el pedido de un producto o servicio, a un problema con el método de pago. Es así que se pueden distinguir “tres etapas en la relación entre el consumidor y la empresa en que se plantean cuestiones relativas a la protección del consumidor, a saber, antes, durante y después de la compra.” (UNCTAD, 2017, p. 4). Cabe aclarar que únicamente se han de mencionar estos problemas que pueden encontrarse en tres etapas debido a que se profundizará más en el tema posteriormente.

Primero, en el supuesto anterior a la compra, los problemas que pueden suscitarse pueden recaer mayormente en la categoría de la información, ya que “para poder adoptar decisiones bien fundadas al participar en transacciones de comercio electrónico, los

compradores necesitan información pertinente y veraz sobre los bienes y servicios y los comerciantes que los ofrecen” (UNCTAD, 2017, p. 6).

Segundo, respecto a los problemas que podrían derivar en una controversia al momento de realizar una transacción de comercio electrónico son aquellos que “tienen que ver con términos contractuales abusivos, la seguridad del pago en línea y la protección de los datos y la vida privada, también en el caso de las transacciones no monetarias.” (UNCTAD, 2017, p. 8). De igual forma se puede puntualizar respecto de las transacciones no monetarias que estas son aquellas en las que los consumidores adquieren “bienes y servicios gratuitos a cambio de sus datos personales”. (UNCTAD, 2017, p. 10).

Tercero, en la etapa posterior a la compra es que se presenta un abanico de problemas más amplio, y es que en este punto los problemas tienen que ver con la “responsabilidad y las disposiciones relativas a devoluciones y reembolsos cuando las mercancías no se entregan, se entregan en condiciones que no son satisfactorias o son sustancialmente diferentes de las encargadas.” (UNCTAD, 2017, p. 11). Cabe recalcar el hecho de que estamos hablando de transacciones comerciales electrónicas, donde en el mayor número de transacciones el consumidor y la empresa suelen ser transfronterizas. Por lo tanto, las “medidas que pueden adoptarse para proteger a los consumidores en línea en esta etapa pueden consistir en prever un período de reflexión para las compras por Internet y limitar la responsabilidad de los consumidores en los mercados digitales.” (UNCTAD, 2017, p. 11)

Dentro de las medidas nombradas anteriormente es que se encuentran los mecanismos alternativos de resolución de controversias o la resolución de disputas en línea las cuales se han de definir a continuación. La implementación y uso de estos mecanismos de resolución de controversias es en parte debido a la imposibilidad geográfica y económica de que las partes coincidan para resolver la controversia.

1.2.1 Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.

Los Mecanismos Alternativos de Resolución de Controversias, mejor conocidos por su nombre en inglés Alternative Dispute Resolution (ADR) son:

Modalidades de resolución en las que no intervienen los órganos jurisdiccionales, lo cual no significa que necesariamente deban desarrollarse al margen de todo proceso, o no puedan aspirar las partes a acudir a las instancias judiciales. Es por ello que, desde esta perspectiva, puede admitir que, en sentido

estricto, no son métodos o procesos alternativos, sino complementarios con el sistema judicial. (Vilalta, 2013, pp. 41-42)

Como el mismo nombre lo indica son una forma alternativa, de resolver un litigio, una controversia que cuenta con marcadas diferencias en contraposición a la resolución ante autoridad jurisdiccional. Como son la no intervención de una autoridad jurisdiccional, evidentemente, además de que “estas modalidades ofrecen una vía rápida, efectiva y económica para la satisfacción de los intereses y necesidades de las partes.” (Vilalta, 2013, p. 44).

La negociación, la mediación, la conciliación y el arbitraje “se agrupan bajo el nombre de medios alternos de solución de conflictos o como constitucionalmente se les denomina en México: Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.” (Sánchez, Márquez, & Camarillo, 2020, p. 7).

Así pues de forma breve estos medios o mecanismos alternos pueden definirse de la siguiente manera:

- a) Negociación: “Es el proceso que se establece entre las partes de forma voluntaria cuyo objetivo es llegar a un acuerdo aceptable para todos” (Gerónimo, Silva, & Martínez, 2021, p. 18). Es un mecanismo en el que realmente a través de un diálogo entre las partes, de una comunicación efectiva éstas logren llegar a un trato de forma voluntaria.
- b) Mediación: “Procedimiento extrajudicial de corte cooperativo a través del cual dos o más partes en un litigio intentan voluntariamente alcanzar por sí mismas un acuerdo sobre la resolución de su problema con la ayuda de un tercero y teniendo en cuenta sus necesidades e intereses” (Vilalta, 2013, p. 68). En este proceso participa un tercero pero realmente no interviene, su función es la de facilitar la comunicación entre las partes, siempre con una posición neutral, abierto y atento a escuchar también a las partes.
- c) Conciliación: “Un tercero, experto y neutral, asiste a las partes en la búsqueda de una solución a sus controversias. En su actividad, el conciliador puede sugerir, recomendar y hasta llevar a cabo propuestas formales de solución.” (Vilalta, 2013, p. 68). Contrario a la mediación en este procedimiento el tercero puede, pero sin

imponer, aportar propuestas de solución, sugerir propuestas que ya las partes han de decidir si tomar en consideración o no. La diferencia entre ésta y la mediación radica en que “el conciliador ayuda activamente en la construcción de una solución, puede ofrecer una opinión a las partes respecto de las propuestas, puede, en definitiva, influir.” (Vilalta, 2013, p. 68). Además cabe hacer mención que este es el mecanismo que más interesa al presente estudio debido a que es el que se utiliza en la plataforma de PROFECO denominada CONCILIANET, como su propio nombre lo indica.

- d) Arbitraje: “Modalidad heterocompositiva por excelencia, gira en torno a un instrumento clave: el convenio arbitral, expresión genuina de la voluntad de las partes y del ejercicio de la libertad contractual.” (Vilalta, 2013, p. 71). Como si este listado de mecanismos alternativos hubiese estado ordenado de menor (o nula) intervención de un tercero a mayor, evidentemente el Arbitraje se trata entonces del mecanismo en el que el tercero no tiene la facultad de opinar, sino el deber de dar solución al litigio o controversia de que se trate. Pero para esto sea válido “necesariamente deberá constar por escrito, en un documento firmado por las partes, o en un intercambio de cartas, telegramas, télex, fax u otros medios de telecomunicación que dejen constancia del acuerdo.” (Vilalta, 2013, p. 71).

1.2.2 Resolución de Disputas en Línea.

Cabe iniciar este apartado con la acotación del comentario que tiene a bien realizar Vilalta (2013) respecto a la Resolución de Disputas en Línea, conocida en inglés como Online Dispute Resolution (por sus siglas, y nombrados en adelante como, ODR) afirmando que:

“RAL¹² y RLL¹³ no son, en consecuencia, acrónimos intercambiables. El uso anecdótico de la tecnología en una modalidad presencial no implica necesariamente su migración al ámbito de las modalidades en línea. Las TIC, a mayor abundamiento facilitan la generación de nuevas formas de gestión y estrategias de resolución de controversias que no encuentran correspondencia en los ADR.” (p. 42)

Es decir, que los ODR no se tratan de una copia o traslado de los ADR al entorno digital con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, al menos no necesariamente puesto que los asuntos que se lleven y se resuelvan a través de un ODR se

¹² Acrónimo que utiliza la autora para denominar a los ADR, Resolución Alternativa de Litigios (RAL).

¹³ Acrónimo que utiliza la autora para denominar a los ODR, Resolución en Línea de Litigios (RLL).

originaron en medio digital. Ya que las TIC traen consigo la posibilidad de expandir o de mejorar las formas de resolver controversias a través de medios digitales.

La Resolución de Controversias en Línea o Resolución de Litigios en Línea se trata de “modalidades que se desarrollan en el entorno electrónico, lo cual no implica necesariamente que el conflicto o litigio tenga su origen en una transacción electrónica” (Vilalta, 2013, p. 42). Es decir, atendiendo a la definición brindada por Vilalta para los ADR, en este caso las modalidades de resolución sin la intervención de autoridad jurisdiccional se realizan de forma digital, a través de medios electrónicos. Según las Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Resolución de Controversias en Línea, se trata de: “un mecanismo para resolver controversias facilitado mediante el empleo de las comunicaciones electrónicas y demás tecnología de la información y las comunicaciones” (CNUDMI, 2017, p. 4).

De igual forma los ODR se definen como un:

Proceso no jurisdiccional de prevención o resolución de conflictos generados online u offline, que implementa tecnologías de la información y las comunicaciones (puede incorporar o no incorporar inteligencia artificial), aplicando mecanismos alternativos tales como la mediación, la transacción o negociación [...] administrado por entes públicos o particulares. (Bustamante, Ángel, Giraldo, & Marín, 2020, p. 82)

Ahora bien, habiendo dejado claro qué son los ADR y los ODR, así como la variedad de mecanismos con los que cuentan para la resolución de controversias hemos de hacer una breve mención de una lista de aquellos principios que según (Vilalta, 2013) son “piedras angulares de todo mecanismo extrajudicial” (p. 76):

- a) Principio de Autonomía Negocial: este principio hace referencia, conforme a (Vilalta, 2013) a que la voluntad de las partes es la clave para los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias pues dicha voluntad es la fuerza que inicia dichos procedimientos, así como en todo momento las partes tienen el control para decidir cómo actuar para resolver la controversia. Es decir, siempre debe prevalecer su voluntad (p. 76).
- b) Principio de Confidencialidad: refiere este principio que ninguna de las partes o sujetos involucrados en los mecanismos extrajudiciales debe revelar información o dato alguno que pudiese favorecer a alguna de las partes sobre otra o que pudiese

perjudicar directamente a la otra parte. Por sujetos involucrados (Vilalta, 2013) refiere a por ejemplo a los terceros que dependiendo el mecanismo que se esté utilizando pueden ser los conciliadores, los árbitros, expertos en la materia o incluso los proveedores mismos que manejan las plataformas ODR debido a que no deben bajo ningún concepto revelar información alguna relacionada con el procedimiento (p. 77).

- c) Principio de imparcialidad e independencia: si bien estos conceptos pueden asociarse a menudo no son sinónimos, imparcialidad refiere (Vilalta, 2013) que se trata de evitar toda aquella actitud de prejuicio sobre una o ambas partes y la independencia refiere que los órganos o aquellos terceros que se han involucrar en los procedimientos deben evitar todo tipo de conflicto de intereses con las partes (p. 78).
- d) Principio de Equidad: de forma simple, (Vilalta, 2013) comenta que este principio refiere que se debe garantizar a las partes igualdad de oportunidad para que éstas puedan hacer valer sus derechos y se encuentren en un plano de igualdad durante todo el procedimiento (p. 79).
- e) Principio de Eficiencia (Efectividad, Rapidez, Economía): este principio conforme a lo dispuesto por (Vilalta, 2013) atiende a la esencia misma de los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias, es decir, deben ser procedimientos simples, sencillos, rápidos, económicos y efectivos (p. 80).
- f) Principio de Transparencia: toda actuación durante el procedimiento, según (Vilalta, 2013), debe estar siempre a la vista, sin ocultar nunca ningún tipo de información que pudiese resultar útil o de interés para una o ambas partes (p. 81).
- g) Principio de Legalidad: este principio busca garantizar, de acuerdo a (Vilalta, 2013), la seguridad jurídica de las partes involucradas en el procedimiento evitando la arbitrariedad y procurando siempre respetar sus derechos (p. 81).
- h) Principio de Neutralidad: finalmente, este principio va dirigido a aquellos terceros que pudiesen llegar a participar de los procedimientos extrajudiciales, debido a que según (Vilalta, 2013) este tercero, llámese mediador, conciliador o árbitro, no habrá de tomar parte favoreciendo a ninguna de las partes.

Restará únicamente comprobar a lo largo del desarrollo de esta investigación si efectivamente estos principios son piedra angular de todo mecanismo extrajudicial, y,

además, comprobar si estos son mencionados o cuando menos referidos en a nivel nacional así como en los instrumentos o plataformas internacionales en materia de resolución extrajudicial de controversias en línea como principios que deben regir o estar presentes en dichos mecanismos extrajudiciales.

En conclusión a través de los temas y conceptos planteados anteriormente es que se sientan las bases del comercio electrónico, puesto que no se trata únicamente de realizar una compra por Internet. Dicho tipo de comercio tiene más aristas, desde los sujetos que intervienen en estas transacciones, las responsabilidades y derechos que tienen a la vez el comerciante y el consumidor respectivamente, los elementos que integran una transacción de comercio electrónico, así como también una breve comparación de todo lo que conlleva el comercio tradicional. Además de que siempre hay que tener presente la posibilidad de algún fallo o error en la transacción, por lo cual también se tocó de forma sucinta lo relativo a los problemas o controversias que se pueden suscitar antes, durante y después de la compra en línea, y en consecuencia las formas que existen para resolver estas controversias.

En este sentido, de la resolución de controversia, en el próximo capítulo se han de tratar a profundidad los mecanismos alternativos de solución de controversias así como la resolución de controversias en línea, y los mecanismos existentes pero haciendo especial hincapié en la conciliación puesto que es un tema medular para la presente investigación, ya que uno de los puntos de partida es realizar un análisis diagnóstico de CONCILIANET, plataforma de resolución de controversias en línea en México, encargada de resolver todo tipo de conflictos entre empresas y consumidores.

CAPITULO 2. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y A CONCILIANET. ADR Y ODR EN MATERIA DE CONSUMO EN MÉXICO.

El presente capítulo tiene como finalidad realizar un análisis diagnóstico tanto de la Ley Federal de Protección al Consumidor, como del funcionamiento de la plataforma CONCILIANET para visualizar sus fortalezas y sus áreas de oportunidad. Para tal efecto, primero se hará una descripción de la evolución de los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias en México en la actualidad.

2.1 Mecanismos Extrajudiciales De Resolución De Conflictos En México

Un acontecimiento clave para los mecanismos alternativos de resolución de controversias en México se dio en el año de 1971, cuando se adhiere a la Convención de Nueva York de 1958 sobre el Reconocimiento y Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras. Posteriormente en el año de 1993, a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte se realizó un esfuerzo a través del cual “diversas leyes adoptaban ya esta modalidad para dirimir conflictos. Así por ejemplo, en materia de competencia desleal la Ley de Comercio Exterior desde la reforma de 22 de diciembre de 1993¹⁴” (Nava, 2018, p. 2) brindaba la posibilidad de resolver este tipo de controversias a través de un mecanismo alternativo de resolución de controversias. Pero no fue sino hasta algunos años después que se tomó la iniciativa en el país de instaurar a la justicia alternativa a través de una iniciativa puramente nacional, en una entidad federativa en particular.

Dicha iniciativa tuvo lugar en el estado de Quintana en el año de 1997 inicialmente “con la reforma a la Constitución Local del Estado de Quintana Roo y la expedición de Ley de Justicia Alternativa en ese estado (14 de agosto de 1997), el cual es pionero en la materia.” (Márquez & De Villa, 2013, pp. 1589-1590). Además cabe aclarar que la iniciativa tomada por dicha entidad fue clave, puesto que a partir de 1997:

¹⁴ En su artículo 73 el cual establece que “...cualquier parte interesada podrá optar por acudir a los mecanismos alternativos de solución de controversias en materia de prácticas desleales contenidos en tratados comerciales internacionales de los que México sea parte.”

Los poderes judiciales de algunos estados, así como algunas instituciones de educación superior, el Centro de Investigación y Docencia Económicas, entre otras, además de barras y colegios de abogados, notarios, así como organizaciones de la sociedad civil, comenzaron con la difícil labor de difundir, promover, convencer y capacitar a un gran número de profesionales con la esperanza de que el empleo de los medios alternos, mejorara la administración de justicia y promoviera la cultura de la paz social (Márquez & De Villa, 2013, p. 1590).

Este fue el primer paso de un movimiento que comenzó a un nivel estatal, y que escaló extendiéndose a los ámbitos tanto públicos como privados, hasta llegar eventualmente a impactar la legislación vigente para todo el territorio nacional. Este esfuerzo colectivo, que se propagó de a poco, buscaba mejorar la administración de justicia y promover una cultura de paz social, a través de que las partes se involucran de forma voluntaria y consciente en la controversia, poniendo de sí mismas para llegar a una solución que las beneficie a ambas. Además de que actualmente, a raíz de una reforma a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos publicada en el año 2008 los ADR están reconocidos como un derecho humano para todos los ciudadanos del país, esta reforma se abordará más adelante.

No obstante lo ocurrido en Quintana Roo en 1997, a poco más de diez años se dio otro paso que fue clave para el desarrollo de los ADR en nuestro país. El día 18 de junio de 2008 fueron publicadas varias reformas a la Constitución Federal en el Diario Oficial de la Federación. Siendo la más relevante, y medular para el presente trabajo de investigación, lo dispuesto en su Artículo 17, párrafo quinto, el cual dice: “Las leyes preverán mecanismos alternativos de solución de controversias. En la materia penal regularán su aplicación, asegurarán la reparación del daño y establecerán los casos en los que se requerirá supervisión judicial” (Congreso de la Unión, 2021, p. 20). Además como tienen a bien decir (Nava & Breceda, 2017):

los ADR cobraron un renovado protagonismo en el país, en virtud de que se reconoce por primera vez como derecho humano la posibilidad de que sean las partes las que resuelvan su conflicto sin necesidad de que el Estado intervenga de forma directa (p. 205).

Esto es cierto, y como se mencionó anteriormente se reconocieron los ADR como un derecho humano para los ciudadanos del país. Se plasmó de forma idónea en el Semanario Judicial de la Federación, en una tesis emitida por un Tribunal Colegiado de Circuito del año 2013, la cual menciona:

La constitución Federal en el citado artículo 17, cuarto párrafo, va más allá y además de garantizar el acceso a los tribunales previamente establecidos, reconoce, como derecho humano, la posibilidad de que los conflictos también se puedan resolver mediante los mecanismos alternativos de solución de controversias, siempre y cuando estén previstos por la ley (Federación, 2013, p. 1723).

Cabe aclarar que esta reforma constitucional al artículo 17 no ha sido el único movimiento legislativo en relación a los ADR, puesto que existe también la ley nacional de mecanismos alternativos de solución de controversias en materia penal. Dicha ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 29 de diciembre de 2014. No obstante se ha trabajado también por legislar a los ADR en otras materia, en este sentido en el año 2020 el senador Luis Ortiz presentó una iniciativa de ley general de mecanismos de mecanismos alternativos de solución de controversias. Esta iniciativa busca regular los ADR en diversas áreas, tales como controversias sociales, escolares, comunitarias e indígenas.

Además en este tenor de las iniciativas encontramos algunas que buscan robustecer lo dispuesto por el artículo 17, ya que en la realidad no basta con que se reconozcan a los ADR como un derecho humano, también se debe legislar con respecto a la justicia digital. Un ejemplo de estas iniciativas es la presentada el 06 de Octubre de 2020 por el Senador Damián Zepeda, la cual busca “garantizar el acceso a la justicia digital a través del uso de las tecnologías de la información” (Aguirre, 2021, p. 4). Teniendo como objetivo con esto que “la integración de los expedientes electrónicos” (Aguirre, 2021, p. 4) y que además se utilicen “videoconferencias para el desahogo de audiencias y diligencias judiciales” (Aguirre, 2021, p. 4).

Al respecto el Ministro Presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación Arturo Zaldívar expresó que “es necesario [...] que la población tenga acceso a una justicia moderna, de mejor calidad, cercana, con mayor sensibilidad social y humana, así como eficiente y eficaz” (Senado, 2020, p. 1). Dicha afirmación fue respaldada por el Senador Ricardo Monreal, quien fue una de las personas que también ha presentado un par de iniciativas para que se incorporen las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la impartición de justicia. En este sentido, Monreal señaló que “el contexto originado por la pandemia de Covid-19 ha puesto en evidencia que, en los órganos de administración y procuración de justicia, se carece de los instrumentos legales que les permitan con herramientas tecnológicas modernas” (Senado, 2020, p. 1).

En suma, justicia digital hace referencia a utilizar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para la impartición de justicia, que se traslade el actual procedimiento presencial a una instancia virtual. Tal como pasó con el procedimiento conciliatorio en el caso CONCILIANET.

2.2 Ley Federal De Protección Al Consumidor

En el presente apartado se ha de atender al primer paso establecido en la metodología de la presente investigación, a fin de dar respuesta a la pregunta de investigación. Además se habrá de ir obteniendo información que permita sustentar la hipótesis planteada así como el objetivo señalado previamente. Para esto, debe atenderse a un análisis diagnóstico de la Ley Federal de Protección al Consumidor (en adelante LFPC), haciendo un especial énfasis a los artículos que dan pie al funcionamiento de CONCILIANET.

Primero, para contextualizar, la LFPC entró en vigor el 05 de febrero de 1976, estableciendo en este ordenamiento la creación de dos organismos descentralizados con personalidad jurídica y patrimonio propio, siendo el primero de estos el Instituto Nacional del Consumidor (INC). El INC cual fue dotado de funciones informativas y orientadoras para el consumidor, es decir, brindarle información relacionada con sus derechos. El segundo de estos organismos creados en la LFPC fue la Procuraduría Federal del Consumidor, mejor conocida como PROFECO. Dicha procuraduría tenía ya una función más activa en la protección del consumidor, en comparación con el INC, ya que PROFECO con funciones de autoridad, buscaba promover y proteger los derechos e intereses de los consumidores.

Lo anterior resulta de importancia, debido a que a la PROFECO se le confirió, dentro sus atribuciones, la facultad para “conciliar las diferencias entre proveedores y consumidores, fungiendo como amigable componedor” (Congreso de la Unión, 1975, p. 14). Es decir, una de las primeras puesta en marcha en nuestro país de los ADR. Además, la PROFECO no establecía únicamente este mecanismo de resolución de controversias, la conciliación, sino también el arbitraje, y es que dicha ley menciona que se “citará a las partes a una junta en la que las exhortará a conciliar sus intereses y si esto no fuere posible, para que voluntariamente designen árbitro”. (Congreso de la Unión, 1975, p. 24). Al acto descrito anteriormente, de designar un árbitro, se le denominó compromiso arbitral.

Es importante señalar que el procedimiento que se lleva a cabo en la plataforma de CONCILIANET no tiene un apartado particular en la LFPC, debido a que dicho procedimiento es el mismo que se establece en la mencionada ley con la diferencia de que fue trasladado a un entorno digital. Para esto se ha de hacer una breve mención de en qué consiste el procedimientos conciliatorio.

2.2.1 Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos en la PROFECO

El procedimiento conciliatorio se encuentra contemplado en la LFPC en el capítulo XII, titulado Procedimientos, sección segunda, del artículo 111 al 116. En otras palabras, luego de que la Procuraduría analice la procedencia de la queja, ésta es radicada en la Delegación de PROFECO elegida por el consumidor, aquella en la que presentó su queja. La Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación, ésta podrá celebrarse vía telefónica o por cualquier otro medio idóneo. Cabe hacer mención de que la misma LFPC no deja claro qué medios pueden resultar idóneos dejando así la puerta abierta a que pueda ser por cualquier otro medio, por ejemplo a través de medios electrónicos.

En la audiencia, en el supuesto de que el proveedor no se presente a esta o no rinda informe relacionado con los hechos, se le ha de imponer una medida de apremio¹⁵, siendo ésta una providencia que puede tomar una autoridad, en este caso la Procuraduría para hacer cumplir al proveedor lo dispuesto por ésta, por ejemplo de acudir a la audiencia señalada, además de dicha medida se citará a una segunda audiencia, en un plazo no mayor a 10 días. Ahora bien, en caso de que no asista de nuevo se le impondrá nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el consumidor, en este caso en calidad de reclamante. Por otro lado, en el supuesto de que sea el reclamante quien no acuda a la audiencia y no presente justificación fehaciente dentro de los siguientes 10 días se le tendrá por desistido de la acción, y no podrá volver a presentar queja por los mismos hechos.

Si transcurre todo de la forma esperada, durante la audiencia el conciliador expondrá a las partes un resumen de la reclamación, señalando los elementos comunes y puntos de

¹⁵ Dichas medidas podrán consistir según el artículo 25 de la LFPC en: a) Multa de \$290.34 a \$29,034.20; b) el auxilio de la fuerza pública; c) ordenar arresto administrativo hasta por 36 horas, o d) en caso de que persista la infracción podrán imponerse nuevas multas cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo, hasta por \$11,613.68, por un período no mayor a 180 días. Estas medidas se aplicarán en función de la gravedad de la conducta u omisión en que hubiera incurrido el proveedor, sin existir prelación específica en cuanto a su imposición.

controversia, exhortándolos así a llegar a un arreglo. Después, éste les presentará una o varias opciones de solución, salvaguardando los derechos del consumidor. Es decir, únicamente las menciona, en ningún momento obliga a las partes a tomar una de esas posibles soluciones. Además, los acuerdos de trámite que emita el conciliador¹⁶ no admitirán recurso alguno, y los convenios celebrados por las partes serán aprobados por la Procuraduría cuando no vayan en contra de la ley. En caso de no se pueda conciliar, el conciliador exhortará a las partes para que designen como árbitro a la Procuraduría o a algún árbitro independiente para solucionar el conflicto, e incluso podrá poner a disposición de las partes información sobre árbitros independientes. En caso de no aceptarse el arbitraje se dejarán a salvo los derechos de ambas partes.

Podrían destacarse, luego de conocer cómo funciona de forma breve el procedimiento conciliatorio, dos puntos. Primero, por ejemplo, cómo maneja la Procuraduría la inasistencia de las partes, en el caso del proveedor se le impone de forma automática una medida de apremio, pero tratándose del consumidor, o reclamante en esta etapa del procedimiento, se le otorga incluso un período para que éste justifique su inasistencia. Segundo, como se menciona líneas arriba en la labor del conciliador, esto lo realiza la Procuraduría buscando salvaguardar los derechos del consumidor en todo momento y hasta donde sea posible.

No obstante, también se ha de describir brevemente el procedimiento arbitral ante la PROFECO, comprendido en los artículos 117 a 122 de la LFPC. Retomando la última parte del procedimiento de conciliación, la Procuraduría podrá actuar como árbitro entre consumidores y proveedores cuando los interesados así la designen. Además de que en lo particular en el procedimiento arbitral la Procuraduría puede actuar como árbitro sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previo, pero siempre observando los principios de legalidad, equidad y de igualdad entre las partes.

Ahora bien, debe constar mediante acta ante la Procuraduría, la designación de ésta como árbitro, en dicha acta se señalarán claramente los puntos esenciales de la controversia y si el arbitraje es en estricto derecho o en amigable composición. En el caso de juicio arbitral

¹⁶ Este acuerdo de trámite ha de contener el dictamen emitido por el Conciliador, que será presentado a las partes para que formulen observaciones de ser necesario, y este dictamen a su vez contiene: el monto de la obligación contractual, el análisis del grado de cumplimiento efectuado por el proveedor, se estimará la obligación incumplida y la bonificación pertinente.

de estricto derecho las partes formularán las reglas del procedimiento, también respetando siempre los principios de legalidad; equidad e igualdad. En el caso de que las partes no las propongan o no se hayan puesto de acuerdo, el árbitro las establecerá. Por otro lado, en la amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto del arbitraje y el árbitro tendrá libertad para resolver a su consideración, sin sujeción a reglas legales, pero siguiendo las formalidades esenciales del procedimiento. El laudo emitido, en este caso por la Procuraduría o por el árbitro que las partes hayan designado, debe cumplirse al momento o al menos iniciar con su cumplimiento dentro de los quince días posteriores a la fecha en que se notificó del laudo.

2.3 CONCILIANET

Habiendo abordado previamente tanto el procedimiento conciliatorio como el arbitral, podemos enfocarnos en los artículos mencionados anteriormente, 99, 104 y 111. Estos se reformaron en el año 2004 dando la apertura a la interposición de quejas a la PROFECO de forma electrónica. Que unos años después, como se verá más adelante, dichas reformas se materializaron en CONCILIANET, una plataforma para resolución de todo tipo de controversias entre consumidores y empresas. Ciertamente, como se mencionó líneas arriba, se trasladó el procedimiento conciliatorio de forma física a digital, buscando traer alternativas así como ventajas con respecto al procedimiento tradicional. Puesto que, por ejemplo, no resuelve únicamente controversias derivadas de comercio electrónico.

Además de que previo a los artículos citados anteriormente, resulta importante mencionar, por ejemplo, el Capítulo VIII Bis¹⁷, debido a que en este apartado se regula una de las temáticas abordadas en la presente investigación, el comercio electrónico B2C. Para esto el artículo 76 Bis 1 establece que “el proveedor que ofrezca, comercialice o venda bienes, productos o servicios utilizando medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología” (Congreso de la Unión, 2021, p. 33) debe contener, por lo menos, dentro de la información básica, tal y como lo señala en su fracción VI: “mecanismos para presentar peticiones, quejas o reclamos” (Congreso de la Unión, 2021, p. 33). Abriendo la puerta de esta forma a que la empresa que venda en línea, por ejemplo, pueda suscribir el convenio de colaboración

¹⁷ Capítulo titulado: De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

pertinente para que el consumidor pueda tramitar un procedimiento de queja, en caso de ser necesario, a través de CONCILIANET.

Retomando el último punto expuesto en el párrafo anterior, respecto al convenio de colaboración. Resultaría útil referirlo en este apartado ya que el registro de éste es clave para el procedimiento conciliatorio ordinario a través de CONCILIANET. Ya que si bien es necesario este convenio de colaboración para poder desahogar el procedimiento conciliatorio en línea, también existe el convenio de contrato de adhesión que a diferencia del primero, éste es el fundamento que otorga la competencia necesaria a la Procuraduría para resolver el procedimiento conciliatorio. Primero, para esto, hay que mencionar qué se entiende por contrato de adhesión, éste es definido por la LFPC en el Capítulo X, en su artículo 85. Refiere que es:

el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato” (Congreso de la Unión, 2021, p. 34).

Es decir, en pocas palabras son los términos y condiciones que el consumidor debe aceptar para acceder a los bienes o servicios que ofrezca el proveedor. Pero uno de los puntos medulares se encuentra en el artículo 86, en su párrafo tercero, este establece que estos contratos de adhesión “deberán contener una cláusula en la que se determine que la Procuraduría será competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos” (Congreso de la Unión, 2021, p. 35). Siendo precisamente por lo anterior que si el proveedor no ha registrado el contrato de adhesión, el consumidor no puede interponer la queja contra éste a través de CONCILIANET, únicamente a través de la vía tradicional, acudiendo a una delegación de PROFECO personalmente.

Ahora bien, precisamente en el tenor de la interposición de quejas, el artículo 99 hace mención de que “la Procuraduría recibirá las quejas o reclamaciones de los consumidores de manera individual o grupal con base en esta ley, las cuales podrán presentarse en forma escrita, oral, telefónica, electrónica o por cualquier otro medio” (Congreso de la Unión, 2021, p. 41). Es decir, se brinda la oportunidad de presentar la queja a través de un medio

electrónico, siempre y cuando se cumpla con los requisitos establecido por la LFPC en el mencionado artículo 99. Además de la información básica que debe contener dicha queja, como nombre y domicilio del reclamante, la descripción del bien o el servicio que se reclama, se menciona un punto clave en la fracción IV para la interposición de la queja a través de CONCILIANET, ya que se debe “señalar el lugar o forma en que solicita se desahogue su reclamación” (Congreso de la Unión, 2021, p. 41). Que si bien se podría dar por entendido que al interponer la queja de forma electrónica se busca que se desahogue vía electrónica el procedimiento, pero no es así. Lo anterior debido a que si no existe previamente un convenio de colaboración firmado por la empresa respecto la cual se quiere interponer la queja, el procedimiento no puede desahogarse a través de CONCILIANET.

Por lo tanto, se pueden destacar algunos aspectos interesantes respecto al estado actual de la LFPC. Primero, resulta interesante como se abrió la puerta al apoyo de la tecnología en la administración de justicia. Es decir, se dio la apertura a interponer la queja de forma electrónica, a que las notificaciones personales se realicen también a través medios electrónicos así como incluso la audiencia de conciliación. Fueron esfuerzos sin duda innovadores en su momento, pero ante el panorama actual dichos avances se quedan cortos. No únicamente porque la tecnología avanza a un ritmo trepidante, sino porque una pluralidad de factores, como por ejemplo pandemia de COVID-19, ha obligado a la administración de justicia a adaptarse. Además, se encuentra con otros inconvenientes, como en el caso del registro del convenio de colaboración para que las empresas puedan acceder a resolver posibles controversias a través de CONCILIANET, que como veremos a continuación el número de empresas que han registrado dicho convenio son pocas en comparación con el total de empresas enlistadas en el Buró Comercial de PROFECO.

2.3.1 Análisis Diagnóstico de CONCILIANET

En junio de 2008 CONCILIANET inició operaciones en México, como programa piloto, con un lanzamiento controlado el 9 de diciembre y posteriormente, teniendo un despliegue nacional el 14 de diciembre del mismo año. CONCILIANET es una plataforma de resolución de controversias en línea, que cabe destacar no se encarga únicamente de resolver conflictos derivados del comercio electrónico, sino todo tipo de controversias que se susciten entre consumidores y empresas. Así, este proyecto de plataforma se convirtió en

el “primero en su tipo en América Latina” (Rendón & Sánchez, 2015, p. 25). Es decir, fue punta de lanza y un ejemplo de América Latina para el mundo. Por lo que ahora es necesario entender cómo funciona hoy en día a partir de su puesta en marcha.

El punto de partida para conocer el funcionamiento de CONCILIANET es tener presente cómo se lleva a cabo el procedimiento conciliatorio ordinario a través de la vía tradicional, es decir, acudiendo de manera presencial a una delegación de PROFECO para la interposición de la queja en cuestión según lo establece la LFPC. A fin de evaluar el funcionamiento de esta plataforma, debido a que su funcionamiento es prácticamente una traslación de las actividades presenciales, desde la interposición de la queja hasta la resolución de la misma, a un entorno digital.

El portal de dicha procuraduría divide el procedimiento conciliatorio a través de CONCILIANET en seis etapas¹⁸. La primera de estas seis etapas es ingresar al portal de CONCILIANET para obtener un nombre de usuario y contraseña para poder hacer uso de dicha plataforma. Estos fungen como la firma electrónica que no únicamente brinda el acceso al portal de CONCILIANET, sino que realiza la efectiva autenticación del consumidor.

La segunda etapa que es la identificación, es decir, luego de obtener el usuario y contraseña se deben proporcionar otros datos para acreditar tanto la personalidad como el interés en el trámite de la queja, dichos datos consisten en nombre completo, domicilio, teléfono de contacto, así como una copia de la identificación oficial digitalizada por ambos lados.

Tercero, se deben brindar los datos necesarios para que la Procuraduría analice la procedencia de la queja, esto se realiza a través de capturar los documentos digitalizados¹⁹ que acrediten la relación de consumo con el proveedor, verificando que sean correctos y que efectivamente sustenten el motivo de la reclamación.

Cuarto, la Procuraduría emitirá una respuesta de haber considerado que la queja era procedente, teniendo el fundamento necesario para probar el dicho del consumidor, y de esta forma requerirá a las partes a acudir a una audiencia de conciliación para que éstas lleguen a

¹⁸ Conforme a lo dispuesto en el díptico que se puede conseguir en el sitio de CONCILIANET. <https://bit.ly/3ij7DRj>

¹⁹ En formatos doc, jpg, gif, pdf o tiff.

un acuerdo. Para esto, se debe esperar dicha respuesta por parte de la Procuraduría, en un plazo no mayor a 10 días hábiles, la cual se hará llegar tanto por correo electrónico como a través de la cuenta de CONCILIANET del consumidor. De no recibir respuesta en el término establecido el consumidor debe comunicarse vía correo electrónico para aclarar la situación.

Quinto, de haber recibido el aviso de que efectivamente su queja era procedente, que la Procuraduría era competente, se le señalará a las partes, consumidor y proveedor, día y hora para celebrar la audiencia de conciliación ordinaria a la cual deben comparecer a través del portal de CONCILIANET. En dicha audiencia estarán presentes el consumidor, el proveedor y un conciliador para encontrar una solución para la queja interpuesta.

Sexto, si bien no es un paso como tal el sitio menciona que al terminar la audiencia de conciliación ordinaria se brinda la oportunidad de evaluar la calidad en la atención y el servicio brindado por CONCILIANET, a través de una encuesta, a fin de mejorar el servicio.

Hay que recordar que no se trata de una plataforma reciente, puesto que tiene más de una década en funcionamiento, por lo que es menester hacer mención de que poco se ha actualizado o reformado la normativa específica que da pie al funcionamiento de CONCILIANET. Es decir, si bien se ha dejado claro que el procedimiento conciliatorio ordinario de la plataforma encuentra su fundamento en los mismos artículos de la LFPC para el procedimiento a través de la vía tradicional, también hay que puntualizar que sería pertinente que dicha normativa se adapte a la realidad actual, en la que la pandemia por el COVID-19 modificó formas de relacionarnos, de trabajar, así como nuestros hábitos de consumo. En este sentido la senadora Claudia Esther Balderas Espinoza realizó una Proposición con punto de acuerdo²⁰, siendo ésta oportuna y acertada, puesto que va en el mismo sentido que lo planteado en la presente investigación. Cabe destacar que dicha propuesta se realizó el día 07 de septiembre de 2021, es decir, meses después de iniciada la

²⁰ Las proposiciones son “propuestas que los legisladores ponen a consideración del Pleno que no constituyen iniciativas de ley, sino pronunciamientos sobre asuntos políticos, culturales, económicos o sociales que afectan a una comunidad o grupo particular, para formular algún pronunciamiento, exhorto o recomendación” Obtenido del Glosario de Términos de la Cámara de Diputados: <https://bit.ly/3mzXM9>.

pandemia de COVID-19, y posterior al problema identificado en esta investigación. No obstante, en dicha proposición se exhorta:

a la Secretaría de Economía para que, en coordinación con la Procuraduría Federal del Consumidor, realicen acciones para promover la celebración de convenios entre este organismo descentralizado y los proveedores de bienes y servicios en nuestro país, para que formen parte del módulo conocido como “Concilianet” y se optimice la resolución de conflictos entre consumidores y proveedores que deriven de una queja. (Balderas, 2021, p. 5)

En este sentido, existen algunas áreas de oportunidad en el funcionamiento de CONCILIANET.

Primero, sólo se puede solucionar una controversia a través de CONCILIANET con un proveedor que haya firmado un convenio de colaboración que efectivamente permita conciliar a través de esta vía. Esto se deja en claro al momento de ingresar al sitio CONCILIANET, en el apartado titulado *¿Cómo funciona?*, se menciona que CONCILIANET es una plataforma de “solución de controversias en línea, en el que se desahogan las audiencias de conciliación vía Internet con aquellos proveedores de bienes y servicios que tienen celebrado un convenio de colaboración con la Procuraduría para tal fin” (PROFECO, 2021). Esto limita oportunidad de agilizar estos procedimientos de resolución de controversias. Razón por la cual es necesario ampliar el número de proveedores que pueden resolver controversias que se susciten a través de CONCILIANET. Lo anterior debido a que a la fecha²¹, únicamente 58 proveedores²² pueden participar en CONCILIANET para solucionar controversias.

En este respecto, a la fecha se pueden contabilizar 58 proveedores en la lista brindada en formato *pdf* por parte de la Procuraduría. Sin embargo, en el sitio web enlista un total de 86 proveedores participantes, divididos en 13 categorías, de los cuales únicamente 6²³ se dedican a ofrecer sus bienes o servicios de forma electrónica exclusivamente, y un total de 42 empresas ofertan sus bienes y servicios de forma mixta, es decir, de forma física y

²¹ Otoño de 2021.

²² Con información obtenida de la lista de proveedores participantes de CONCILIANET 2021. Obtenida de: <https://bit.ly/3zUDAp1>

²³ Dichos proveedores son Deremate.com, Mercado Libre, Amazon, Groupon, Rappi e eBay.

electrónica, los cuales no se consideran proveedores de comercio electrónico²⁴ según la clasificación realizada por la propia Procuraduría.

Resulta evidente la falta de proveedores de comercio electrónico B2C, más tratándose de una plataforma que se dedica a resolver todo tipo de conflictos entre consumidores y proveedores. Si bien resuelve todo tipo de conflictos, también es cierto que para que los consumidores puedan hacer uso de la plataforma los proveedores deben firmar un convenio de colaboración con la Procuraduría. Esto resulta sumamente importante en el contexto actual, en el que se atraviesa por una pandemia, a partir de la cual la forma de adquirir bienes y servicios cambio, el consumidor tuvo que hacer uso frecuentemente del comercio electrónico, por lo cual resulta esencial que el número de proveedores, en lo particular de comercio electrónico, participantes de CONCILIANET aumente, a fin de que el consumidor, en caso de conflicto tenga otra opción para solucionar sus conflictos, de una forma más sencilla, rápida y eficaz.

Segundo, la vía tradicional de conciliación ordinaria cuenta además con un procedimiento arbitral, brindando la oportunidad de resolver el conflicto a través del arbitraje en caso de que no se haya logrado conciliar. Es decir, cuenta con un procedimiento escalonado. Por el contrario, CONCILIANET cuenta únicamente con el procedimiento conciliatorio, por lo que se debería agregar el procedimiento de arbitraje también a dicha plataforma.

Tercero, el sitio cuenta con un apartado denominado concilia desde el extranjero, que cabe señalar no es accesible desde la página de inicio de CONCILIANET. De la pantalla de inicio se tiene que seleccionar la pestaña más información, que a su vez despliega varias opciones entre las cuales se encuentra un apartado denominado mapa del sitio. Es en este apartado donde ya se encuentra la opción concilia desde el extranjero, que desafortunadamente no tiene habilitada ninguna opción, al hacer clic redirige a la página de inicio de Gobierno de México. Lo anterior parece ser una falla del sitio, de dicha opción en

²⁴ La discrepancia en el número exacto de proveedores participantes radica en que la catalogación presentada por la Procuraduría en formato *pdf* cuenta con unas situaciones peculiares, en las que 1 proveedor puede tener 6 razones sociales²⁴ o 6 proveedores pueden tener una sola razón social. Estando bajo la razón social NUEVA WALMART DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V. se encuentran seis proveedores registrados, siendo éstos WALMART, SUPERAMA, SAM'S CLUB, BODEGA AURRERA, MI BODEGA (SIC) Y BODEGA AURRERA EXPRESS. Obtenido de <https://bit.ly/3zUDAp1>.

particular, puesto que si se realiza una consulta desde un buscador con las palabras clave “concilianet conciliar en el extranjero” el primer resultado es el sitio para realizar interponer la queja necesaria. Un punto negativo es que esto aparentemente no es a través de CONCILIANET sino vía correo electrónico o por correo postal. Además de que toda la información se encuentra únicamente en español, que es otro punto a analizar de CONCILIANET.

Cuarto, si bien el sitio cuenta con una declaración de accesibilidad, lo cual es un punto positivo debido a que:

está construido con el objetivo de facilitar el acceso universal para todas las personas que lo consulten, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o intelectuales, así como del contexto técnico de su tipo (tipo de dispositivo, programa informático, velocidad de la conexión, condiciones ambientales, etc.). (Gobierno de México, 2021, p. 1).

Además deja en claro que “la accesibilidad engloba a personas con diferentes discapacidades²⁵: visual, auditiva, motora, cognitiva o neurológica, así como a adultos mayores y personas poco familiarizadas con el uso de internet.” (Gobierno de México, 2021, p. 1). No obstante, dejan fuera, primero, a los extranjeros, y segundo, a la población indígena de nuestro país que quieran hacer uso de la plataforma al tener que presentar una queja luego de un problema con una empresa mexicana en línea de tipo B2C puesto que el sitio se encuentra disponible únicamente en idioma español sin opción a modificarlo de forma directa, podría utilizar la traducción automática de *Google*, sin que esto garantice una traducción correcta del sitio, lo anterior, respecto al idioma inglés, por ejemplo. Pero respecto a los hablantes de alguna lengua indígena²⁶ que no dominen el español no podrán hacer uso de la plataforma. Lo que a su vez podría traer un problema para el consumidor que no logre entender cómo funciona el procedimiento para interponer su queja, que a su vez lo haría caer en un estado de indefensión, se encontraría vulnerable por una barrera idiomática. Todo esto resulta contradictorio puesto que la plataforma o el sitio de CONCILIANET afirma ser accesible pero al parecer no es incluyente con cierto sector de la población mexicana y extranjera.

²⁶ Que cabe resaltar representan el 6% de la población total en México según el INEGI. Obtenido de: <https://bit.ly/2Y9z74L>.

Por último, se puede agregar que cuando menos el sitio contempla la protección de datos personales del usuario, tanto del consumidor como del proveedor. No obstante para el presente apartado se ha de abordar únicamente la protección de datos personales del consumidor al hacer uso de la plataforma. Que si bien no representa el tema central de este capítulo, ni de esta investigación, resulta pertinente pues comprende la debida protección del consumidor desde otro punto de vista, es decir, la protección de sus datos personales. Ahora bien, al navegar por (CONCILIANET, 2022), la PROFECO es responsable por el tratamiento de los datos personales que el consumidor proporcione. Los cuales tendrán como finalidad, primero, que el consumidor pueda registrarse en dicha plataforma. Segundo, para toda actividad relacionada, y necesaria, para desahogar el procedimiento conciliatorio de solución de controversia en línea entre consumidor y proveedor, de bienes o servicios. Además, se le deja claro al consumidor que en todo momento cuenta con la opción de ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición (ARCO) si considera que se utilizan para alguna actividad no consentida o que se oponga completamente al tratamiento de sus datos para algún fin en específico (pág. 1)

2.4 Comparativa Entre El Procedimiento Conciliatorio Ordinario Modalidad Tradicional Y En Línea A Través De CONCILIANET

Teniendo un panorama más claro de lo dispuesto por la LFPC tanto para el procedimiento conciliatorio como para los artículos que en lo particular dan pie al funcionamiento de CONCILIANET, así como todo lo relacionado con la forma de trabajo de dicha plataforma se puede realizar una breve comparación entre el procedimiento conciliatorio en la vía tradicional y en línea a fin de identificar más áreas de oportunidad. Para realizar dicha comparación, y que además sea actual, vigente, es importante señalar que nos encontramos en una pandemia, por lo que resulta importante puntualizar si dicha situación ha impactado, de forma positiva o negativa, la labor o los resultados en los procedimientos conciliatorios de manera presencial y en línea.

Ahora bien, es necesario brindar un poco de contexto a dicha comparación, para esto se deben tomar en cuenta algunos aspectos, como por ejemplo, dar a conocer algunos datos que muestren la relevancia del comercio electrónico en México, así como el valor económico que éste representa a fin de comprender un poco más porqué es importante contar con una

plataforma que permita resolver las controversias que se susciten en este tipo de comercio. De manera que según la información dispuesta por la Asociación Mexicana de Venta Online en su Estudio de Venta Online 2021:

El comercio electrónico en México alcanzó los \$316 mil millones de pesos en 2020, habiendo experimentado un crecimiento de 81% en comparación con el año anterior. Debido a esto, el comercio electrónico representa el 9% de las Ventas Totales al menudeo. (AMVO, 2021, p. 7)

Dicho dato no únicamente muestra el valor, y el auge del comercio electrónico, sino que permite observar una realidad, siendo ésta que debido a la pandemia de COVID-19 el consumidor mexicano tuvo que modificar sus hábitos de consumo, la forma de adquirir bienes. Estos hábitos se modificaron primordialmente como una medida para adaptarse a la cuarentena a nivel nacional que se tuvo que realizar, desde mediados de marzo de 2020 hasta finales del mes de mayo del mismo año. No obstante, el consumidor mexicano continuó haciendo uso del comercio electrónico tal como lo demuestra la cifra mostrada anteriormente.

La información brindada anteriormente a fin de contextualizar resulta importante para la comparativa que se ha de realizar a continuación. De tal suerte que partiendo del hecho de que el comercio electrónico en México está al alza y, a la vez, tomando en cuenta la pandemia de COVID-19 podemos inferir si ha impactado de forma positiva o negativa, tanto en la vía tradicional como en CONCILIANET, en las cifras de la duración promedio del procedimiento conciliatorio ordinario, así como el número de quejas tramitadas, junto con el porcentaje de conciliación de dichas quejas.

Asimismo debería tenerse en cuenta la duración del procedimiento en la vía tradicional así como en línea, a través de CONCILIANET. No obstante, para dicha comparación la información disponible es poca. Debido a que la última vez que se brindaron los datos respecto a la duración del procedimiento conciliatorio ordinario, tanto vía tradicional como a través de CONCILIANET, fue en el Informe Anual de Actividades de 2011, en éste se establecía que el tiempo de duración del procedimiento era de aproximadamente 131 días naturales, en la vía tradicional, y en contraposición con los 21 días promedio a través de CONCILIANET. La Procuraduría dejó de brindar el dato del promedio de duración del procedimiento conciliatorio, en días, a través de CONCILIANET

en su informe del año 2015, en dicho año el tiempo promedio para un procedimiento conciliatorio a través de dicha plataforma era de 34 días.

Esta falta de información tiene mayor relevancia al analizar detenidamente la introducción del último Informe publicado el pasado 04 de agosto de 2021, ya que éste afirma que “con el objeto de lograr que los consumidores y proveedores lleguen a una solución más expedita de la controversia, se cuenta con la conciliación en línea a través de CONCILIANET” (PROFECO, 2021, p. 19). De tal suerte que se puede inferir con la información que se tiene que CONCILIANET cuenta con un procedimiento expedito en comparación con la vía tradicional, al menos con los datos recopilados. Pero esta es una aseveración que se debe hacer con cautela puesto que no existen cifras recientes que permitan comparar la duración del procedimiento conciliatorio tradicional a través de ambas vías.

Como es evidente sería útil que la Procuraduría tuviese constancia en los datos que da a conocer año a año en sus informes de actividades. Además de que la información que brinda sea coherente, debido a que existen ciertas discrepancias con las cifras que dan a conocer, ejemplo de esto en el informe del año 2010 se menciona que “en promedio, los procedimientos conciliatorios que iniciamos durante 2010 se concluyeron dentro del plazo de 74 días naturales, cuando en 2009 este tiempo se extendía hasta 90 días y en 2008 hasta 110 días” (PROFECO, 2011, p. 4). Por otro lado, en el informe del año 2011 textualmente se menciona que “cabe destacar que los procedimientos [conciliatorios] se concluyeron en 131 días naturales, en promedio, la cifra más baja de los últimos cuatro años” (PROFECO, 2012, p. 10), estando demás señalar que dichas cifras no concuerdan.

En este apartado de la comparativa referente a la duración del procedimiento conciliatorio tradicional podemos destacar que si bien, las cifras recopiladas demuestran que dicho procedimiento resulta efectivo. No obstante, no es posible realizar un análisis de los últimos años para conocer la duración de dichos procedimientos durante la pandemia de COVID-19, por ejemplo.

Asimismo se puede comparar y analizar el número total de quejas que se han tramitado, por un lado, en la vía tradicional y, por otro lado, a través de CONCILIANET desde su inicio de operaciones controlado, es decir desde el año 2008. De dicha plataforma

se toman en cuenta las cifras de este año porque son las primeras de las que se tiene registro en los informes anuales de la Procuraduría aunque en realidad no cubren un año completo.

Primero, en cuanto a la vía tradicional, la cifra del número total de quejas en esta vía se puede rastrear en dichos informes desde el año 2008 y hasta el 2017, puesto que a partir del año 2018 dejó de brindarse dicho dato, junto el porcentaje de conciliación de dichas quejas. Lo anterior podría inferirse que es el resultado de que el porcentaje de conciliación se encontraba disminuyendo, al menos conforme a los datos proporcionados de 2012 a 2017, en tan sólo cinco años, el porcentaje de conciliación bajó del 82% al 72%, pudo ser por esta la razón por la cual decidieron comenzar a omitir dichas cifras en los informes. Complementando estos datos, el número de quejas también comenzó a disminuir con respecto al porcentaje de conciliación, al menos en el mencionado período 2012-2017, tuvo su punto más elevado en 2015 con 141,419 quejas en total, posteriormente en 2017 se contabilizaron 103,702 quejas en total. Si bien ya se mencionó que en dicho período el porcentaje de conciliación se redujo 10%, sólo de 2015 a 2017 dicho porcentaje disminuyó 7%. Ahora habrá que analizar las cifras de CONCILIANET para ver si la situación es la misma en cuanto al número de quejas y porcentaje de conciliación.

Segundo, en cuanto a CONCILIANET, los datos brindados en los informes de la Procuraduría en cuanto a las cifras de quejas totales y de porcentaje de conciliación han sido más constantes en comparación con los de la vía tradicional. No obstante existen un par de lagunas, por ejemplo los datos de total de quejas y porcentaje de conciliación en el año 2012, debido a que dicho informe simplemente no se puede obtener en la página de archivo histórico de la Procuraduría. Al tratar de obtener este informe salta un error y redirige automáticamente a la página de Gobierno de México. En su primer año de funcionamiento, contando desde el 03 de junio al 31 de diciembre de 2008, CONCILIANET atendió un total de 169 quejas. En comparación con las cifras del último informe, es decir, el de 2020, el número total de quejas se multiplicó aproximadamente por 69, teniendo en 2020 un total de 11,820 quejas. Sin embargo, el porcentaje de conciliación es un caso distinto. En teoría, este porcentaje ha estado disminuyendo, tuvo su punto más alto en 2010 con un 96.8% de conciliación, pero de 2015 a 2020 dicho porcentaje ha pasado de 95% a 88.7%, teniendo su punto más bajo en 2019 con un 84.73% de conciliación.

Cabe señalar que si bien, dichas cifras muestran en comparación que CONCILIANET cuenta mejores resultados en papel que la vía tradicional, también se deben tomar algunos aspectos en consideración:

- a) Respecto a la duración del procedimiento conciliatorio ordinario puede inferirse que ésta es menor a través de CONCILIANET, sin embargo, sería de utilidad contar con las cifras de los últimos años para realizar una comparación con el inicio de actividades de CONCILIANET y con el impacto que ha tenido la actual pandemia de COVID-19.
- b) La diferencia entre el número total de quejas entre ambas vías es abismal, contabilizando apenas más de diez mil en CONCILIANET y hablando de más de cien mil en la vía tradicional. Es decir, porque si la plataforma presenta tan buenos resultados no cuenta un mayor número de quejas. Podría deberse a una falta de convenios de colaboración firmados por los proveedores para hacer uso de CONCILIANET al momento de resolver alguna controversia. Aunado a la falta de publicidad para la plataforma, ya que buena parte de la población no conoce de su existencia.
- c) En ambas vías, tradicional y CONCILIANET, la tendencia se encuentra a la baja en el porcentaje de conciliación, se puede inferir que algo impide que en un mayor número de procedimientos se llegue a una conciliación.
- d) Se deberían tener en cuenta las lagunas existentes en dichos informes, puesto que la información que brinda la Procuraduría como ya se mencionó, no es constante, en algunos años agregan ciertas categorías de información pero omitiendo otra.

Es importante tener presente esta comparativa, puesto que estas cifras permiten ver un par de tendencias, primero, que el porcentaje de conciliación tiende a bajar, segundo, el número de quejas va al alza pero no en la misma proporción que el comercio electrónico. Este dato resulta de suma relevancia, puesto que entre mayor número de transacciones existan por estadística será mayor el número de quejas que se han de presentar, en este caso, en el comercio electrónico.

Por consiguiente, esta breve comparativa abona a los análisis realizados anteriormente a la LFPC, en lo particular los artículos que dan pie a CONCILIANET, y a la

plataforma antes mencionada. Sirviendo como un punto de partida, brindando la información relativa a su funcionamiento, al contexto en el que se desenvuelven, así como las áreas de oportunidad que tienen. A fin de realizar una propuesta de mejora el siguiente capítulo hará un análisis de instrumentos internacionales en materia de resolución de controversias en línea.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS A INSTRUMENTOS INTERNACIONALES EN MATERIA DE RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONTROVERSIAS EN LÍNEA DERIVADAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DE TIPO B2C

En el capítulo anterior, se sentaron las bases respecto a la situación actual de la legislación y los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias de comercio electrónico de tipo B2C en México. Lo anterior, a través de un análisis diagnóstico realizado tanto a la Ley Federal de Protección al Consumidor y a la plataforma, CONCILIANET. Se debe apuntar que de dicho análisis se obtuvieron tanto sus fortalezas así como sus áreas de oportunidad. Además dicha información servirá como punto de referencia, para que posteriormente sea contrastada y, cotejada con los datos que se han de obtener durante la elaboración de este capítulo.

El presente capítulo se ha de centrar en realizar un análisis de los principales instrumentos internacionales en materia de resolución de controversias en línea derivadas del comercio electrónico de tipo B2C. Los instrumentos a analizar en este capítulo fueron elegidos debido a que son referentes en la materia y actúan como directriz para los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias en línea de comercio electrónico. De tal suerte que, tratándose de instrumentos, cuya incorporación resulte obligatoria o no, servirán para ampliar el panorama y conocer cómo se legisla internacionalmente en estos temas, en contraposición a lo dispuesto en la legislación mexicana.

Además han de servir como una guía para la elaboración de una propuesta de mejora, con el objetivo de que tanto la LFPC como CONCILIANET brinden una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas de comercio electrónico de tipo B2C.

3.1 Instrumentos

Los instrumentos internacionales a analizar son; a) la Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores, b) la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo del 21/Mayo/13 relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por la que se Modifica el Reglamento (CE) N^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, c) el Reglamento (UE) N^o 524/2013 del Parlamento

Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre Resolución de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por el que se Modifica el Reglamento (CE) N^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE y por último, d) las Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Solución de Controversias en Línea.

Dicho análisis se ha de dividir en dos partes, la primera consiste en una breve descripción del instrumento en cuestión, y la segunda en un análisis crítico del mismo. De estos instrumentos se destacarán algunos aspectos puntuales de los procedimientos de resolución de controversias en línea de comercio electrónico. Siempre teniendo en cuenta que ya existe un punto de referencia, el análisis diagnóstico realizado en el capítulo anterior, así que se habrán de cotejar aspectos considerados relevantes para cumplir con el objetivo trazado inicialmente, la elaboración de una propuesta para mejorar la protección brindada al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de tipo B2C.

Los aspectos a tomar en cuenta para el análisis crítico son, primero, el objetivo que persiguen estos instrumentos, fungiendo un punto de partida, para conocer cuál es la finalidad de los instrumentos mencionados anteriormente. Segundo, los principios que deben regir estos procedimientos según estos instrumentos, para cotejarlos, y valorarlos, en comparación con lo dispuesto por la legislación mexicana. Tercero, las características de los procedimientos, es decir, aspectos clave tales como: la división de los procedimientos en etapas, cómo y quién puede iniciar estos procedimientos, etc.

Toda esta información será vaciada en una tabla, con la finalidad de visualizar y cotejar la información de una forma más sencilla. Dicha tabla será incluida al final del presente capítulo y ésta será la representación gráfica de los análisis a realizar, puesto que contendrá la rúbrica de evaluación expuesta anteriormente. Sin perder de vista que la información obtenida en este capítulo servirá como la base para la elaboración de la multicitada propuesta.

3.1.1 Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores

El primer instrumento a analizar es la Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores, en adelante Recomendación. El presente

instrumento fue adoptado por el Consejo de la OCDE el 12 de julio del año 2007, fue desarrollado por el Comité para Políticas de Consumo (CCP) de la misma OCDE. Además, se trata de otro instrumento de carácter no vinculante, es decir, su implementación no es obligatoria, pero se invita, tanto a países miembros como no miembros de la OCDE, a cuando menos tomarla en cuenta como base para la labor legislativa, en este caso, en materia de resolución de disputas.

Cabe señalar también que, conforme a lo dispuesto por el prefacio de este instrumento, éste no fue el primer paso que da la OCDE para buscar establecer un estándar internacional en materia de protección del consumidor, ya que en el año de 1999 esta misma organización, (OCDE, 2007), adoptó una recomendación para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico (p. 5). Esto representó un avance medular, al comenzar la (OCDE) a prestar atención a un fenómeno, comercio electrónico, cuya cúspide estaba lejos de vislumbrarse, debido a que no se enfocaba únicamente en transacciones o disputas nacionales, es decir, surgidas entre proveedores y consumidores residentes en un mismo país. Tomaba en cuenta también las disputas surgidas del comercio electrónico pero de índole transfronterizo (p. 5). Inclusive, este punto fue retomado para el presente instrumento, al hacer hincapié la (OCDE, 2007) en que no se refiere únicamente a las disputas que deriven de una transacción nacional, sino también de transacciones transfronterizas (p. 8). Dejando en claro de esta forma, al menos una parte de, el alcance que tiene esta recomendación.

a) Objetivo

Entrando de lleno a lo dispuesto por este instrumento, y según la (OCDE), esta recomendación tiene el objetivo de aplicarse únicamente a aquellas quejas iniciadas por los consumidores contra un proveedor, no de un proveedor a un consumidor (p. 8). Es decir, la protección que esta Recomendación busca brindar está dirigida única y exclusivamente al consumidor como el título mismo lo indica. Se trata de un objetivo interesante debido a que los siguientes instrumentos, como veremos más adelante siguen esta misma línea.

b) Principios

Los principios que esta recomendación establece son el respeto de garantías, transparencia, eficiencia y equidad. Por ejemplo, el principio de equidad es básico para un ODR porque las partes deben contar con las mismas oportunidades y condiciones para poder llegar a una solución justa, que las beneficie a ambas. E incluso, se podría considerar que dentro del principio de eficiencia encontramos también a la eficacia, porque en la eficacia se entiende que debe cumplirse con la meta de concluir todo procedimiento que se inicie y a la vez eficiente porque estos procedimientos deben ser rápidos, sencillos. Aspectos que sin lugar a dudas refieren las características de los procedimientos tal como se verán a continuación.

c) Características del Procedimiento

Los mecanismos extrajudiciales para la resolución de conflictos en línea derivados del comercio electrónico de tipo B2C, generalmente de gran volumen y de escasa cuantía, deben ser rápidos, económicos, y eficientes para el consumidor, en contraposición con un procedimiento ante autoridad judicial. Tal como lo afirma la presente Recomendación, al establecer que:

Las disputas de consumidores requieren mecanismos adaptados para que proporcionen a los consumidores el acceso a soluciones que no impongan un costo, retraso o carga desproporcionada al valor económico en juego y al mismo tiempo no causen cargas excesivas o desproporcionadas a la sociedad y al proveedor (OCDE, 2007, p. 6).

Para lograr parte de la debida protección mencionada en el párrafo anterior, la sugerencia de la (OCDE) es que los países miembros realicen una revisión de su legislación a fin de que puedan garantizar y proporcionar a los consumidores un acceso a mecanismos de resolución de controversias justos, fáciles de usar, oportunos y efectivos, esto sin costo alguno o carga innecesaria (p. 9). Es decir, para poder avanzar, para mejorar la legislación es necesario estudiar lo legislado a la fecha, realizar un análisis diagnóstico para determinar un punto de partida.

Como tiene a bien mencionar este instrumento, la legislación en materia de resolución de controversias producto de transacciones de comercio electrónico no debe centrarse únicamente en esto, sino también en el resarcimiento al con consumidor, que la legislación brinde una forma accesible de obtenerla. Puesto que la recomendación tiene a bien mencionar

que este resarcimiento “es un elemento importante de un marco amplio de protección al consumidor” (OCDE, 2007, p. 9).

Esta Recomendación de la (OCDE, 2007) señala un punto muy importante y crucial para el consumidor, el cual es que éste siempre debe contar con la información necesaria, ésta debe ser clara, amplia y precisa del procedimiento, desde cómo puede presentar una queja para dar inicio al procedimiento, los costos, en caso de tenerlos, la duración estimada, los resultados posibles e inclusive, qué opciones tiene al obtener un resultado que quizá no le sea favorable, además de que se señale si dicho resultado es o no obligatorio (p. 9). Si bien esto puede sonar sencillo, o como algo básico, la realidad es que es información que, al menos en México, no se encuentra disponible ni en la LFPC ni en la plataforma, CONCILIANET, sería pertinente valorar, cuando menos, su incorporación a la legislación mexicana.

Atendiendo al título de la presente Recomendación, en el cual la (OCDE, 2007) refiere en plural a los consumidores, menciona de forma oportuna el escenario en que no se trate una disputa en lo individual, sino que sea un número de consumidores el que se vea afectado por el proveedor. Se podría entender que con esto hace referencia a dos o más consumidores, debido a que la recomendación no especifica ningún número (p. 10). Es dentro de este punto, que también se señala que el consumidor tiene la libertad de participar o no de un procedimiento colectivo, en el supuesto de que no haya sido informado adecuadamente. Por lo cual “los Países miembros deberían garantizar que se toman medidas razonables para informar a los consumidores del inicio de tales casos” (OCDE, 2007, p. 11).

En los asuntos de disputas transfronterizas se debe “aumentar la conciencia de los participantes en el sistema de justicia [...] respecto a las necesidades de los consumidores extranjeros que han sufrido daños por infractores nacionales” (OCDE, 2007, p. 12). Es decir, al referirse al consumidor o consumidores no son únicamente nacionales, puede tratarse de consumidores que residan en el extranjero pero que contraten, por ejemplo, con empresas mexicanas en línea de tipo B2C. También deben tener la oportunidad de iniciar un procedimiento para resolver una posible disputa derivada del comercio electrónico mencionado anteriormente.

Cabe agregar que la (OCDE, 2007) señala en este instrumento la importancia de trabajar en la educación y conciencia que se debe fomentar, tanto en el consumidor como en

el proveedor, sobre cómo pueden evitar disputas, cómo resolverlas al encontrarse ante una y qué mecanismos tienen para resarcir al consumidor, así como adónde pueden acudir para, o la forma en que pueden, presentar estas quejas (p. 13). Siempre teniendo en mente la finalidad de brindarle una debida protección al consumidor.

3.1.2 Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo del 21/Mayo/13 relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Materia de Consumo y por la que se Modifica el Reglamento (CE) n^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE

A continuación se ha de analizar el segundo instrumento mencionado, la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo del 21/Mayo/2013 relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Materia de Consumo y por la que se Modifica el Reglamento (CE) n^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, en adelante Directiva. Esta fue elaborada el 21 de mayo de 2013 por el Parlamento Europeo, como su nombre lo indica. A través de la Directiva “la Unión Europea [...] adoptó un esquema para la resolución alternativa de disputas [...] en la que los Estados miembros tienen la obligación de proporcionar mecanismos de resolución alternativa de conflictos al consumidor” (Morales & Walker, 2020, p. 2). Además, cada Estado miembro tendrá la responsabilidad de regular la forma en que las empresas, o proveedores, deben brindar estos mecanismos. Sin embargo, como se verá en el próximo capítulo, la forma de brindar estos mecanismos es designando organismos acreditados. Cabe señalar también que este instrumento se complementa con el siguiente a analizar, su Reglamento, por lo cual era necesario analizar ambos a fin de tener una perspectiva completa. Ya que se trata de “dos instrumentos legislativo interrelacionados y complementarios” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 64).

La presente Directiva es un instrumento de carácter vinculante, es decir, su incorporación es obligatoria a la legislación de todos los Estados miembros de la Unión Europea. Para cumplir con esto tuvieron, según el (Parlamento Europeo, 2013 a) poco más de dos años como máximo, hasta el 9 de julio de 2015, para incorporar y poner en vigor lo dispuesto por la presente Directiva (p. 79). No obstante, aparentemente se debe abordar no únicamente la aplicación de esta Directiva, sino atender a la difusión de la misma, o del objetivo de la misma. Puesto que este instrumento menciona que “los consumidores y comerciantes siguen sin conocer las vías de recurso extrajudicial, ya que sólo un pequeño

porcentaje de ciudadanos sabe cómo presentar una reclamación ante una entidad de resolución alternativa de litigios” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 63).

a) Objetivo

El objetivo de la presente Directiva es el de:

contribuir, a través de un alto nivel de protección al consumidor, al buen funcionamiento del mercado interior, garantizando que los consumidores puedan, si así lo desean, presentar reclamaciones contra los comerciantes ante entidades que ofrezcan procedimientos de resolución alternativa de litigios. (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 70).

El mercado interior hace referencia al espacio conformado por todos los Estados Miembros de la Unión Europea, de forma tal que en el caso del comercio las mercancías podrán circular libremente. No obstante, se busca lograr un buen funcionamiento o incentivarlo a través de una debida de protección al consumidor.

b) Principios

Los principios que deben respetarse durante los procedimientos ante entidades de resolución alternativa según el Parlamento Europeo son enlistados a lo largo de la Directiva. Dichos principios son: la asequibilidad, transparencia, flexibilidad, rapidez, calidad (en la toma de decisiones), independencia, imparcialidad, efectividad, rapidez, legalidad, equidad, confidencialidad, y privacidad. Además una de las finalidades de este instrumento es “establecer requisitos de calidad para las entidades de resolución alternativa, que deben garantizar el mismo nivel de protección y la igualdad de derechos para los consumidores en litigios tanto nacionales como transfronterizos” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 67). Es importante señalar que este instrumento también hace hincapié que lo dispuesto por éste es aplicable también para consumidores en procedimientos transfronterizos. No obstante, retomando los principios de los procedimientos de resolución alternativa, a continuación se han de mencionar algunos de los principios más relevantes, a la vez que se analizan algunos aspectos interesantes de estos. En primer lugar el (Parlamento Europeo, 2013 a) menciona que se debe garantizar el “acceso a vías sencillas, eficaces, rápidas y asequibles” (p. 63). Es decir, estos procedimientos de resolución alternativa traen consigo algunos beneficios tanto para los consumidores como para los proveedores. Para el consumidor, por ejemplo, “el respeto de su derecho y posiblemente una indemnización, y el proveedor, gana la confianza

del consumidor. Además, se dice que estos mecanismos mejorar el acceso a la justicia” (Morales & Walker, 2020, pp. 2-3). Lo anterior debido a que permiten resolver de más más rápida y sencilla, como lo menciona la misma Directiva, asuntos que anteriormente tenían que ser llevados ante una autoridad jurisdiccional.

No obstante, según (Morales & Walker, 2020) también es posible identificar algunas desventajas en el empleo de estos mecanismos debido, en un primer momento, a su naturaleza voluntaria. Siendo la oportunidad para que algunos proveedores se nieguen a cooperar. Además de la aplicación del derecho mismo fuera de tribunales, además de la interpretación de éste, que podría traer consigo problemas de incertidumbre y de interpretación del derecho aplicable. Dentro de este punto destacan las autoras también el hecho de que tratándose, de controversias de esta naturaleza y, de asuntos de escasa cuantía puede no valer la pena acudir ante autoridad jurisdiccional para que revise o resuelva la controversia (p. 3).

Estos mecanismos adquieren mayor relevancia “cuando los consumidores compran en otro país” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 63), en otros términos, enfatiza de nuevo que esta Directiva no va dirigida únicamente a disputas derivadas de transacciones a nivel nacional sino también transfronterizo. De igual forma, “durante todo el procedimiento de resolución alternativa deben respetarse en todo momento la confidencialidad y la privacidad” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 66). Es decir, las partes involucradas en los procedimientos están obligadas a no revelar ninguna información relacionada al mismo. Esto es aplicable tanto para sujetos externos al procedimiento, como para un tercero que pueda estar encargado de facilitar la comunicación entre las partes o de proponerle alternativas de solución a las partes. En otros términos, no puede revelar ninguna información a las partes, en lo individual, que pueda favorecer a una de éstas.

c) Características del Procedimiento

Enseguida, dentro de las características del procedimiento de resolución alternativa, según el (Parlamento Europeo) es que estos procedimientos son muy variados, pudiendo tomar forma de una combinación de dos o más de estos, dentro de estas formas puede ser que la entidad de resolución alternativa reúna a las partes para facilitar una solución amistosa, que la entidad misma proponga una solución e inclusive la imponga (p. 65). Es decir, puede que sea sólo una de estas formas, o que inclusive el procedimiento sea mixto o híbrido, lo

cual resulta sumamente interesante. Además de atractivo, para que los procedimientos se resuelvan de forma eficiente y eficaz. Señala la Directiva también que estas entidades “deben someterse a una evaluación periódica de su cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos en la presente Directiva, incluidos los requisitos complementarios específicos para garantizar su independencia” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 65). Esto es fundamental, puesto que si bien este instrumento es vinculante, y debía incorporarse de forma obligatoria a la legislación de los países miembros de la Unión Europea. No debería ser suficiente con que se incorpore, sino que se evalúe periódicamente que se implementó de forma adecuada, o no, y los resultados que dicha implementación ha tenido en la resolución de controversias de índole nacional y transfronterizas. Asimismo, toca un punto importante que al menos en el instrumento anterior no se trataba, y es que “el tratamiento de información relativa a los litigios regulados por la [...] Directiva debe cumplir las normas sobre protección de datos personales establecidas en las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 66). En otras palabras, que se protejan los datos personales de las partes involucradas en los procedimientos conforme a lo dispuesto en la legislación de cada Estado miembro de la Unión Europea. Otro aspecto que se puede resaltar es que si bien en líneas generales todos los instrumentos a analizar señalan de una u otra forma que los procedimientos de resolución extrajudicial de controversias deben ser eficientes y eficaces, esta Directiva señala un plazo en el que, al menos en teoría, debe obtenerse un resultado, y éste es de “noventa días naturales contado desde la fecha en que haya recibido el expediente de reclamación completo, incluida toda la documentación pertinente relativa a la reclamación” (Parlamento Europeo, 2013 a, p. 67). En suma, señala desde cuando empiezan a correr esos 90 días para estimar cuándo debe tenerse un resultado a la controversia.

Cabe hacer un comentario al articulado de esta Directiva según (Catalán, 2017), ya que aparentemente se cometió un error al permitir que las entidades debidamente acreditadas pueden exigir a las partes, o a sus representantes en su defecto, que se presenten físicamente (Catalán, 2017, p. 435). Lo cual suena absurdo tomando en cuenta parte del objetivo de la presente Directiva, que es impulsar el mercado interior. Es decir, impulsar la economía mayormente a través de transacciones transfronterizas, mayormente llevadas a cabo en línea. Razón por la cual en gran parte de las transacciones las partes, consumidor y vendedor, se

han de encontrar en países distintos y es ilógico que exista la posibilidad de obligar a las partes a presentarse físicamente para resolver una controversia.

Finalmente, tenemos el ámbito de aplicación de lo dispuesto por la presente Directiva, que como se ha reiterado en líneas anteriores, este instrumento abarca tanto a disputas derivadas de transacciones nacionales como transfronterizas. Pero también, se señala que “no debe aplicarse a las reclamaciones presentadas por comerciantes contra consumidores, ni a los litigios entre comerciantes” (Parlamento Europeo, 2013 a, pp. 64-65). Esto último es importante puesto que si bien el título de la Directiva no hace mención, su objetivo sí deja en claro que a través de esta busca garantizar un nivel elevado de protección al consumidor, es decir, se enfoca en éste. Razón por la cual no busca regular las controversias entre comerciantes o a las controversias iniciadas por los comerciantes contra los consumidores.

3.1.3 Reglamento (UE) N^o 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre Resolución de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por el que se Modifica el Reglamento (CE) n^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE

Tal como se mencionó en el análisis anterior, es imposible abordar la labor de analizar el Reglamento (UE) N^o 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre Resolución de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por el que se Modifica el Reglamento (CE) n^o 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, en adelante Reglamento, sin haber realizado un análisis previamente a la Directiva. Debido a que estos instrumentos se encuentran interrelacionados y son complementarios. Puesto que la Directiva establece los objetivos a cumplir, a la vez que el Reglamento funge como el medio para cumplir con los objetivos trazados.

Además, como afirma (Catalán, 2017) el Reglamento 524/2013 no impone únicamente la obligación a los comerciantes establecidos en la UE que celebren contratos, sea de compraventa o de prestación de servicios en línea, de ofrecer en sus sitios de internet un enlace a la plataforma europea de resolución de litigios en línea, sino que también existe la imposición de una sanción administrativa al incumplir con la mencionada obligación (p. 430). Sin embargo, dicha plataforma será analizada en lo particular en el siguiente capítulo.

a) Objetivo y Principios

Sobra decir que el Reglamento es un instrumento vinculante, obligatorio para cada uno de los Estados miembros de la Unión Europea. El cual a día de hoy ya debe estar en funcionamiento en todos los países de la Unión, e incluso a partir del pasado 2018, y cada tres años a partir de éste, se presentará “un informe sobre la aplicación del [...] Reglamento” (Parlamento Europeo, 2013 b, p. 11). Además, a fin de no repetir información, este Reglamento al igual que la Directiva tiene como objetivo “contribuir a lograr un alto nivel de protección de los consumidores” (Parlamento Europeo, 2013 b, p. 1). Buscando cumplir con dicho objetivo a través de “regular la creación de una plataforma web que facilite la resolución de litigios en línea” (Aguilar, 2019, p. 306). De igual forma, los principios que se mencionan en este Reglamento, y que deben regir el procedimiento, son los mismos que los mencionados anteriormente en la Directiva. Es decir; la asequibilidad, transparencia, flexibilidad, rapidez, calidad (en la toma de decisiones), independencia, imparcialidad, efectividad, rapidez, legalidad, equidad, confidencialidad y privacidad. Razón por la cual no se ha de repetir los principios que integran la lista mencionada en el instrumento anterior.

b) Características del Procedimiento

Además en cuanto a las características del procedimiento que menciona este Reglamento se puede decir una cosa, que resultan interesantes y vanguardistas, al menos tomando en cuenta el año de publicación de este instrumento, el año 2013. Primero, hace referencia el (Parlamento Europeo, 2013 b) que los Estados deben alentar a los consumidores a que se ponga en contacto con el comerciante para tratar de llegar a un acuerdo antes de acudir con una entidad de resolución alternativa. Es decir, tratar de que lleguen a un acuerdo por voluntad propia, resolviendo la disputa de forma amistosa (p. 2).

Segundo, ya dispone este Reglamento de aprovechar mejor las TIC's existentes a la fecha, por ejemplo, al:

ofrecer una función de traducción electrónica que permita a las partes y a la entidad de resolución alternativa disponer de la información que se intercambie a través de la plataforma de resolución de litigios en línea y que resulte necesaria para la resolución del litigio, en su caso en versión traducida. Dicha función debe poder tratar todas las traducciones necesarias y apoyarse en una intervención humana, si fuera necesaria. (Parlamento Europeo, 2013 b, p. 3)

Este punto en lo particular resulta enriquecedor para la forma en que estos procedimientos se llevan a cabo, principalmente, porque en el caso de la Unión Europea pues no existe un idioma único que se utilice en todos los Estados miembros. Además, sin irnos tan lejos, en México el idioma español es el idioma oficial. No obstante, no es el único idioma que se utiliza en todo el país, por lo cual, viene útil contar con una función de traducción de este estilo en una plataforma extrajudicial de resolución de controversias. Porque a la vez que permite que las partes entiendan y puedan comunicarse de forma efectiva, auxilia a que estas establezcan una comunicación de calidad.

Tercero, al aprovechar el uso de la tecnología tanto para celebrar contratos de compraventa en línea como de prestación de servicios, también se utiliza la tecnología para la resolución de las controversias derivadas de estos actos. Por ello, este Reglamento tiene a bien mencionar que para llevar a cabo estos procedimientos de resolución alternativa “no [se] exija la comparecencia de las partes o de sus representantes ante la entidad de resolución alternativa, salvo que sus normas de procedimiento contemplen esa posibilidad y las partes presten su consentimiento” (Parlamento Europeo, 2013 b, p. 3). En otras palabras, a menos que la legislación contemple, o establezca, que las partes deben acudir presencialmente, se deben aprovechar los avances tecnológicos para desarrollar íntegramente estos procedimientos en línea. Además, al establecer esta plataforma no se busca únicamente brindarle protección al consumidor, sino también se busca garantizar la confianza. De ambas partes, tanto del consumidor como del vendedor. Dicha confianza “se debe garantizar tanto para transacciones en línea como aquellas que son transacciones realizadas conforme al sistema tradicional” (Aguilar, 2019, p. 307). Es decir, si bien se busca aprovechar los avances tecnológicos para la resolución de las controversias que se puedan presentar en transacciones en línea, también se pueden utilizar dichos avances para la resolución de transacciones físicas, tradicionales.

Retomando este último punto, señala (Catalán, 2017) que si bien el Reglamento contempla los conflictos derivados del comercio B2C a partir de obligaciones contractuales derivadas de contratos de compraventa o de prestación de servicios celebrados únicamente en línea. También es cierto que de esta forma excluye, y le quita la oportunidad, a los

consumidores que realicen sus compras de forma presencial de acceder a la plataforma cuya creación señala este Reglamento (pp. 438-439).

Finalmente se ha de señalar el ámbito de aplicación del mencionado Reglamento, éste ha de aplicarse según el (Parlamento Europeo, 2013 b) en la resolución extrajudicial de disputas que deriven de obligaciones contractuales de contratos de compraventa o de prestación de servicios, celebrados en línea, en un consumidor y un comerciante. (p. 5). Nuevamente, se entiende que no hace referencia únicamente a procedimientos de resolución extrajudicial de disputas nacionales sino también transfronterizos. Esto debido, más que nada, al señalamiento de que estas disputas derivan de contratos de compraventa o de prestación de servicios celebrados en línea, es decir, ya no depende de que geográficamente se encuentren en el mismo país. El límite geográfico en estos casos será que el comerciante respecto del cual se abre el procedimiento resida en uno de los Estados miembros de la Unión Europea.

3.1.4 Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Solución de Controversias de Controversias en Línea

Por último, en cuanto a los instrumentos, toca analizar las Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Solución de Controversias en Línea (en adelante Notas Técnicas). Éstas fueron aprobadas el 13 de Diciembre de 2016 en su 62⁰ sesión plenaria. Dicho instrumento tiene su origen en el año 2010, durante el cual la CNUDMI “convino en que se estableciera un grupo de trabajo para que comenzara a trabajar en el ámbito de la solución de controversias en línea” (CNUDMI, 2016, p. viii). Es decir, desde hacía ya varios años se contemplaba que debido al incremento de las operaciones transfronterizas en línea se vislumbraba que a la par se presentaban controversias derivadas de éstas, razón por la cual era necesario trabajar en un instrumento.

a) Objetivo

Cabe señalar que el presente instrumento es de carácter descriptivo, no vinculante. Es decir, las Notas Técnicas “no imponen precepto jurídico alguno que sea vinculante para las partes ni para las personas o entidades que administren o hagan posible un proceso ODR” (CNUDMI, 2016, p. 2). Por lo tanto sirven únicamente como una guía, la cual pretende fungir como promotora de los ODR, a fin de que se impulsen estos mecanismos de resolución

extrajudicial de disputas con el objetivo de que las partes puedan “resolver la controversia de manera sencilla, rápida, flexible y segura, sin necesidad de estar presente físicamente en una reunión o una audiencia” (CNUDMI, 2016, p. 1).

Tal como menciona (Albornoz, 2019) estas Notas Técnicas son un instrumento de corte descriptivo, tal como ya se mencionó no es jurídicamente vinculante ni tiene como propósito reglamentar procesos de ODR. Por ello, se debe tener presente que este instrumento fue elaborado con la meta de ampliar el acceso a la justicia de quienes son parte en contratos transfronterizos, de compraventa o de prestación de servicios de escasa cuantía, celebrados en línea, a través de medios electrónicos (p. 40).

b) Principios

Es interesante como estas Notas Técnicas señalan que “los principios en que se funda cualquier sistema ODR comprenden la equidad, la transparencia, el respeto de las garantías procesales y la rendición de cuenta” (CNUDMI, 2016, p. 2). Sin embargo, posteriormente en el documento el listado de principios que son abordados, de forma bastante breve, difieren un poco a estos principios fundamentales, ya que se mencionan la transparencia, la independencia, la especialización, y el consentimiento. No dejan de ser sumamente importantes, como el caso del consentimiento, ya que “el sistema debería basarse en el consentimiento explícito e informado de las partes” (CNUDMI, 2016, p. 3), que puede sonar simple o muy sencillo, pero dicho principio involucra también la legalidad, por ejemplo, puesto que el consumidor, o usuario, debe estar informado siempre de todo lo que esté sucediendo o pueda suceder en el proceso, toda decisión durante el procedimiento debe estar por consecuencia debidamente fundada.

c) Características del Procedimiento

“El proceso de solución de controversias en línea puede constar de las siguientes etapas: negociación, arreglo facilitado y una tercera etapa (la etapa final).” (CNUDMI, 2016, p. 3). Sin entrar de lleno en la descripción de estas etapas, se hará mención únicamente de algunos aspectos que resultan interesantes de analizar. Por ejemplo, primero, dentro de la etapa de negociación si bien se describe cómo debería de funcionar el procedimiento. Se deja claro que esto es a través de la plataforma, y hace mención un par de veces del concepto de

un plazo razonable, que es utilizado en el resto de las etapas del proceso. Como en el supuesto que menciona (CNUDMI, 2016) de que no se llegue a un arreglo dentro de un plazo razonable (p. 7). Si bien es cierto que estas Notas Técnicas funcionan como un punto de partida para legislar, la ambigüedad de estos términos puede resultar complicada al momento de utilizar estas Notas Técnicas como base para trasladar lo dispuesto en el mencionado instrumento a la legislación. Además, al hablar de la tercera etapa, etapa final, realmente la (CNUDMI, 2016) únicamente menciona que el administrador ODR o el tercero neutral debe informar a las partes de la etapa final y en qué ha de consistir (p. 8), pero precisamente esto no lo mencionan las Notas Técnicas. Por tanto, como menciona (Nava, 2019) esta etapa final únicamente es denominada así, y conforme a lo dispuesto por este instrumento dependerá de cada proveedor el decidir en qué consiste dicha etapa (p. 12). Esto representa una incertidumbre y posible vulneración a la protección del consumidor. De tal suerte, que “hubiera sido interesante una propuesta concreta en relación con esta etapa final o que se hubiera eliminado por completo” (Nava, 2019, p. 13).

Además si bien la tecnología que da pie a los ODR facilita la comunicación entre las partes que se encuentren en distintos puntos geográficos, es decir, se elimina una barrera, ésta no es la única, hay que tomar en cuenta que puede existir también una barrera idiomática. En este sentido, estas Notas Técnicas tienen a bien mencionar, según la (CNUDMI, 2016), que resultaría idóneo que el administrador ODR cuente con un plan de contingencia para el momento en que las partes, o alguna de éstas, señale el idioma que les gustaría se utilizara en todas las actuaciones y etapas del proceso (p. 10). Añadiendo también que como atinadamente mencionan las Notas Técnicas, los ODR “pueden evolucionar con el tiempo” (CNUDMI, 2016, p. 4).

Cabe señalar que no es sólo crear plataformas ODR y echarlas a andar, también se debe regular su funcionamiento. Asegurarse que funcionen adecuadamente o que se ajusten para brindar el mejor servicio posible a fin de proteger debidamente al consumidor. Esto a través de, según la (CNUDMI, 2016): directrices y/o requisitos mínimos para su funcionamiento que permitan medir el desempeño de las plataformas y de los administradores ODR (p. 10).

Dentro de este instrumento quedan, a pesar de ser no vinculante y servir únicamente como guía, algunas lagunas. Por ejemplo, según (Nava, 2019) el documento, si bien es útil, también es clara la falta de técnica legislativa en el comité que elaboró estas Notas Técnicas ya que además de contar con algunos problemas de redacción. El documento es algo confuso y deja fuera un aspecto fundamental tratándose de este tipo de mecanismos, la ejecución de acuerdos (p. 14).

Por último, merece especial mención el ámbito de aplicación del sistema de solución de controversias en línea del que hablan estas Notas Técnicas. Tratándose principalmente de operaciones transfronterizas en línea, o comercio electrónico transfronterizo, las partes pueden no encontrarse en la misma locación geográfica, razón por la cual un ODR puede resultar útil. Asimismo dichas Notas también hacen mención de que los ODR pueden “resultar particularmente útil para las controversias derivadas de operaciones transfronterizas de comercio electrónico de poca cuantía” (CNUDMI, 2016, p. 4). Este último dato resulta particularmente importante, ya que la presentación investigación se centra en el comercio electrónico B2C de escasa cuantía.

En suma, lo expuesto en el presente capítulo ha servido como directriz respecto a la forma en que se regulan los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias en línea en materia de comercio electrónico B2C a nivel internacional. A la vez que se ha cumplido con otro de los pasos propuestos en la metodología de la presente investigación, ya que abona a la recopilación de los datos necesarios para la elaboración de una propuesta de mejora. La cual fue señalada como objetivo de la presente investigación, a fin de brindar una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de tipo B2C. No obstante, en el siguiente capítulo se ha de realizar un análisis crítico de plataformas internacionales de resolución de controversias en línea, derivadas del comercio electrónico.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS A PLATAFORMAS INTERNACIONALES DEDICADAS A RESOLVER EXTRAJUDICIALMENTE CONTROVERSIAS DERIVADAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO B2C

A fin de continuar con las actividades señaladas en el capítulo anterior, el cual constó de un análisis crítico a instrumentos internacionales en materia de resolución de controversias en línea derivadas del comercio electrónico de tipo B2C, se ha de realizar en el presente apartado un análisis crítico ahora de plataformas internacionales de resolución de controversias en línea. Éstas fueron seleccionadas debido a la relevancia de las mismas, ya que son referentes a nivel internacional en cuanto a la resolución de controversias derivadas del comercio electrónico, específicamente B2C.

4.1 Plataformas de Resolución de Controversias en Línea de Comercio Electrónico B2C

Las plataformas internacionales en materia de resolución de controversias en línea de comercio electrónico B2C a analizar son: SIC Facilita de Colombia, el Portal del SERNAC de Chile, la Plataforma de Resolución de Litigio en Línea de la Unión Europea, Consumidor.gov.br de Brasil. Todas las anteriores son de iniciativa pública. No obstante, también se realizará el análisis de una plataforma de la iniciativa privada; el Centro de Resolución de Disputas en Línea de eBay. Si bien no forma parte de los análisis entrar a lo dispuesto por la normativa que da pie al funcionamiento de cada una de las plataformas, se hace referencia en ocasiones a ésta debido a que al abordarse para su estudio en otras investigaciones, que son retomadas en el presente trabajo, se analiza el funcionamiento de dichas plataformas desde su marco normativo.

Así como en los análisis de los instrumentos estos análisis también se componen de dos partes. Una breve descripción de las plataformas y un análisis crítico de éstas. A través de este análisis crítico se expondrán aspectos clave que han de abonar a la multicitada propuesta que se ha de elaborar al concluir el análisis planteado en este capítulo. Los aspectos a analizar de estas plataformas son: a) cuál es el objetivo de estas plataformas, b) las pretensiones y/o motivos ante los cuales procede la apertura del procedimiento de resolución extrajudicial de controversias, c) las características del procedimiento, y d) accesibilidad de la plataforma para consumidores residentes en el extranjero.

Los datos obtenidos de los análisis a las plataformas mencionadas se han de colocar en una tabla, a fin de visualizar la información de una forma más sencilla. Esta tabla será incluida al final del presente capítulo, sirviendo como resumen de los análisis realizados y como base para la ya mencionada propuesta de mejora tanto de la LFPC como de CONCILIANET a fin de brindarle una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de tipo B2C.

4.1.1. SIC Facilita (Colombia)

La primera plataforma en ser analizada es SIC Facilita, creada y operada por la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante la SIC) de Colombia. Inicio operaciones en el año 2015. Cabe hacer la acotación que al mencionar la SIC se hace referencia de la Superintendencia, mientras que al mencionar SIC Facilita se hace referencia a la plataforma de resolución de controversias en línea.

Es importante la labor que realiza SIC Facilita para salvaguardar los derechos de los consumidores, e inclusive (Varón, 2021) concluye que el legislador hace un esfuerzo por brindarle garantías al consumidor digital, buscando que disminuya el temor a llevar a cabo transacciones en línea puesto que éste cuenta, el consumidor, con canales especializados para presentar peticiones, quejas y reclamos en caso de que se presente alguna controversia (p. 36).

a) Objetivo

Según lo dispuesto por el sitio web de esta plataforma (SIC Facilita, 2021) es una herramienta virtual en donde la SIC actúa como facilitadora para que consumidores y proveedores alcancen acuerdos sobre reclamaciones relacionados con derechos del consumidor (p. 1). Es decir, es una plataforma que se podría considerar de mediación, esto será abordado más adelante. Dicho objetivo no menciona que defienda los derechos del consumidor por sobre los del proveedor, ya que las partes deben llegar a un acuerdo favorable para ambas. Además dicha plataforma busca “agilizar los procesos, evitar llegar a una demanda, y así [puedan] conciliar de forma fácil, rápida, con contacto directo entre ellos [consumidores y proveedores] y mediada por la Superindustria” (Superintendencia de Industria y Comercio, 2018, p. 1). Si bien esto último es un gran objetivo, que se liga incluso

al objetivo de la presente investigación. No obstante, se puede señalar que la plataforma utiliza los términos conciliar y mediar como sinónimos intercambiables. (REVISAR LA REDACCION)

b) Pretensiones y/o Motivos ante los cuales procede la apertura del procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Existe un pequeño listado de los motivos y pretensiones por los que se justifica, y admite, la apertura del procedimiento de reclamo. Primero se debe señalar el motivo de dicha intención, conforme a lo dispuesto por el Manual del Usuario de (SIC Facilita, 2019) estos pueden ir desde perjuicios por publicidad e información engañosa, por alguna cláusula que se estime abusiva, o inclusive porque se vulneró alguno de los derechos del consumidor²⁷ (p. 12).

Segundo, en cuanto a la pretensión ésta puede tratarse, según (SIC Facilita, 2019) desde buscar una devolución del dinero, hasta que se realice un cambio por un bien nuevo o de características similares. Incluye, por último, una opción para realizar la apertura del procedimiento de reclamo por cualquier otra pretensión que estime legítima, es decir, que no encuentre en el listado de opciones anterior mencionadas (p. 13). Esta última opción resulta relevante puesto que no limita al consumidor para que trate de encajar su pretensión en alguna de las otras opciones, al contrario, le anima a que inicie el procedimiento de reclamo si considera que es legítima pero no encaja en las opciones brindadas por la plataforma. Además de que para reclamar dicha pretensión el consumidor debe contar, y subir a la plataforma, los documentos que funden la misma.

c) Características del Procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Antes de realizar la apertura del procedimiento en la plataforma, el sitio de la Plataforma del Consumidor señala primero, a usuarios nuevos que identifiquen si el proveedor respecto del cual se quiere presentar el reclamo esté inscrito en el programa SIC Facilita. Es decir, nos encontramos ante un problema si dicho proveedor no está inscrito, es

²⁷ Dichos derechos son: a. Derecho a obtener productos con calidad e idoneidad. b. Derecho a ser informado. c. Derecho a reclamar. d. Derecho a obtener protección al firmar un contrato. e. Derecho de elección. f. Derecho a la participación. g. Derecho de representación para reclamar. h. Derecho a informar. i. Derecho a la educación. j. Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad. k. Derecho a tener pronta respuesta en las actuaciones administrativas. Obtenido de: <https://bit.ly/3I4UtBf>.

decir, si el proveedor en cuestión no está inscrito al programa SIC Facilita entonces no se podrá realizar el procedimiento en la misma. A la fecha de realización del presente trabajo de investigación SIC Facilita cuenta con 159 proveedores registrados. Dicha cifra parece baja y puede traer consigo inconvenientes al consumidor para que éste pueda resolver la controversia. Sin embargo, al menos se le indica al consumidor que acuda al sitio de la SIC para asesorarse respecto a qué mecanismos podría utilizar para el caso particular que se trate. Es decir, no se le deja al consumidor sin opciones para resolver dicha controversia.

Segundo, deben realizar el registro correspondiente en la Plataforma del Consumidor. Que cómo se aborda más adelante, únicamente está disponible para consumidores que residan en territorio colombiano, y puedan acreditarlo a través de una identificación.

Tercero, realizar la apertura del reclamo a través de una descripción junto con la información correspondiente al producto y al proveedor en cuestión. Incluyendo todos los documentos que considere acrediten el motivo y pretensión de su reclamo. El consumidor debe tener especial cuidado en este apartado puesto que su queja podría no proceder si no está debidamente respaldada con dichos documentos o si omite algún detalle sobre, por ejemplo, su pretensión podría no recibir todo lo que buscaba obtener en un inicio. Sin embargo, antes de esto, el consumidor debe señalar si ya ha intentado, o no, ponerse en contacto directamente con el proveedor para tratar de solucionar el conflicto. En el caso de que la respuesta sea afirmativa, pero no se haya recibido una respuesta por parte del proveedor puede iniciarse el reclamo a través de esta solicitud. Más allá de que la plataforma, SIC Facilita, genere información estadística sobre cuántos reclamos han tenido un acercamiento previo entre la empresa y el consumidor no se deja claro cuál es el motivo de SIC Facilita por conocer este dato. No tiene aparentemente ninguna relevancia para el procedimiento de reclamo. Sin embargo, esta información podría utilizarse para comprometer a la empresa, tratándose de una empresa inscrita en la plataforma, de que llegue a un acuerdo con el consumidor.

Cuarto, la SIC remitirá dicha solicitud al proveedor. Tendrán, consumidor y proveedor, 7 días para llegar a un acuerdo. Un punto a destacar dentro del procedimiento es que señalen la duración, al menos de esta etapa, para que el consumidor tenga certeza y respaldo de cuánto tiempo tiene para llegar a un acuerdo con el proveedor. De no hacerlo la

SIC agendará una cita virtual a la cual deben asistir ambas partes. Conforme a lo dispuesto por el manual del usuario, dicha cita o reunión será mediación, es decir, aunque al definir el objetivo de la plataforma utilicen el término conciliación como sinónimo, el procedimiento que se utiliza en la plataforma es de mediación. La ya mencionada cita se llevará a cabo en forma de chat y la SIC actuará como facilitador, buscando que las partes lleguen a un acuerdo que resulte satisfactorio para ambas. No obstante, no se menciona cuáles son las consecuencias para el proveedor en el supuesto de que éste no se presente a dicha cita.

Quinto, si efectivamente las partes llegaron a un acuerdo en dicha reunión el procedimiento concluirá con la expedición de un acta, por parte de la SIC. En la cual constará el acuerdo, que a su vez servirá para exigir el cumplimiento del mismo. Resultaría adecuado, para brindar mayor seguridad al consumidor, brindar la información pertinente a cómo o adónde podría acudir para exigir el cumplimiento del acuerdo en el supuesto de que el proveedor no cumpla con éste. Es decir, saber si con la expedición de dicho acuerdo termina la labor de SIC Facilita.

d) Accesibilidad de plataforma para consumidores residentes en el extranjero

No, únicamente está disponible para consumidores, y proveedores, que residan en territorio nacional, es decir, Colombia. Esto debido a que para hacer uso de la plataforma es necesario registrarse en la misma²⁸. Para esto es necesario, como ya se mencionó, residir en Colombia puesto que se solicita indicar un tipo de identificación; sea de Ciudadanía, Extranjería o Tarjeta de Identidad. Sería útil que la plataforma, o el sitio en general de SIC Facilita, especifique a qué ciudadanos va dirigida la plataforma. Ya que técnicamente pueden hacer uso de la misma aquellos consumidores que cuenten con su identificación de Extranjería, y que por lo tanto residan en territorio nacional. Pero, limitando así a consumidores extranjeros que efectúen transacciones transfronterizas con empresas nacionales, en este caso colombianas.

En este mismo sentido, (Varón, 2021) sostiene que es importante no perder de vista la naturaleza de un contrato electrónico transfronterizo ya que éstos obedecen a una relación

²⁸ Conforme a la información para el registro correspondiente brindada por la Plataforma del Consumidor, de SIC Facilita. Consultada en <https://bit.ly/3IUkMeV>

contractual de carácter internacional. Es complicado determinar la ley aplicable y la jurisdicción competente en el supuesto de que se presente una controversia a raíz de la celebración de dicho contrato (p. 40). Por lo tanto, ante este supuesto la jurisdicción colombiana, en lo particular SIC Facilita no puede obligar a una empresa extranjera que no tenga actividad en territorio colombiano a responder, y por ende buscar una solución, a la queja de un consumidor nacional o extranjero que resida en territorio nacional.

e) Protección de Datos Personales

La SIC, además de la plataforma de resolución de controversias en línea entre consumidores y proveedores cuenta también ahora con una “herramienta virtual en donde la autoridad de protección de datos personales actúa como facilitadora para que Titulares y Responsable²⁹ alcancen acuerdos sobre reclamaciones que los primeros tengan” (SIC Facilita, 2021, p. 1). Cabe señalar en este sentido que:

La plataforma cuenta con tres módulos diferentes; módulo de garantías, módulo de temas de telecomunicaciones, y módulo de temas de protección de datos personales. El proveedor puede vincularse a la plataforma en uno de estos módulos o en los tres módulos. De tal forma, que los inconvenientes que se le presenten con estos temas [...] pueden ser atendidos a través de SIC Facilita (Canal Superintendencia de Industria y Comercio, 2021, p. 2m08s)

Es decir, esta plataforma permite resolver otro tipo de controversias entre consumidor y proveedor, de bienes o servicios, además de aquellas derivadas del comercio electrónico. Según la propia (SIC Facilita, 2021) algunos beneficios de esta herramienta son la generación de soluciones rápidas y eficaces a través de herramientas tecnológicas en este tipo de controversias, ahorro tanto de tiempo, dinero y recursos humanos que los empresarios ahora pueden destinar para resolver estas controversias, así como el aumento en la confianza y nivel de satisfacción del particular, o titular, con la empresa en cuestión (p. 1).

4.1.2. Portal del SERNAC (Chile)

El SERNAC fue creado en el año de 1990. Teniendo en sus inicios desafíos tales como “la elaboración del primer marco jurídico para garantizar los derechos básicos de los consumidores” (SERNAC (a), 2022, p. 1). Este desafío a la vez permanece como el objetivo

²⁹ Siendo en este caso el Titular el particular cuyos datos personales sean objeto de controversia al haber actuado el Responsable de forma inadecuada o haciendo uso de dichos datos para fines no establecidos originalmente y para los que el Titular no concedió su autorización.

principal de este organismo y portal. Además de que para garantizar dicha protección de los derechos de los consumidores se recurre a los mecanismos alternativos de resolución de conflictos, en lo particular en la plataforma del SERNAC. Ya que estos mecanismos “son cada vez más vistos como un medio para proporcionar una aplicación eficaz y eficiente del derecho del consumo” (Morales & Walker, 2020, p. 2).

a) Objetivo

El objetivo del Servicio Nacional del Consumidor es “proteger a los consumidores de Chile [a través] de la atribución de mediar en los conflictos de consumo entre las empresas y los consumidores” (SERNAC (b), 2022, p. 1). Es decir, busca promover “una relación más equitativa con las empresas [y] realizar mediaciones entre las empresas y los consumidores” (SERNAC (b), 2022, p. 1). No hay que perder de vista esta información porque aparentemente el organismo SERNAC, y por consiguiente su portal parecen tener claro su objetivo y cómo lograrlo ya veremos más adelante si teóricamente es cierto.

Además esta mediación, según (Morales & Walker, 2020), conforme a lo dispuesto por la Ley 21.081³⁰ que se insistió en nombrar mediación individual a un procedimiento que un inicio describía como una negociación. Ya que refería un procedimiento para poner en contacto al consumidor con el proveedor para que estos dialoguen y lleguen a un acuerdo (p. 4).

b) Pretensiones y/o Motivos ante los cuales procede la apertura del procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

El (SERNAC (b), 2022) actúa ante reclamos de los consumidores, sea individual o colectivo. Puede reclamar cualquier problema que tenga con la empresa, siempre y cuando ésta vulnere sus derechos como consumidor, por ejemplo; a) algún cobro indebido, b) una garantía que no se respetó, c) no se le brindó la información necesaria para tomar la decisión de celebrar o no el contrato, d) no recibió el producto o servicio, estaba dañado o no correspondía a lo promocionado (p. 1). Se puede observar que los derechos de los

³⁰ Ley Sobre Protección a los Derechos de los Consumidores.

consumidores son los mismos que en el resto de las plataformas ya que estos son universales, y de momento no hay ninguno que no se vea abordado en otra plataforma o instrumento.

c) Características del Procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Primero, la apertura del procedimiento se da con la interposición del reclamo por parte del consumidor. En contra de una empresa, a través en este caso del Portal del SERNAC. Cabe acotar que puede tratarse de una empresa nacional o extranjera, en el caso de esta última debe tratarse de empresa extranjera que tenga representación en Chile, es decir, cuente al menos con una sucursal en el país. De no ser así, el SERNAC no puede proteger al consumidor. Es decir, estos reclamos únicamente pueden derivar de una transacción nacional, no transfronteriza. Ante este escenario, que supone ya un inconveniente para el consumidor, el sitio web del SERNAC deja claro que no sólo el Portal del mismo SERNAC sino “la Ley del Consumidor tiene carácter territorial y, por lo tanto, no se aplica a compras realizadas fuera del país” (SERNAC (c), 2022, p. 1).

Segundo, el SERNAC le hace llegar el reclamo a la empresa, en este caso existen tres posibilidades. Que la empresa no responda al reclamo enviado por el SERNAC. Que la empresa responda de forma negativa al reclamo o que ésta coopere, y responda de forma positiva para buscar, junto con el consumidor, una solución. En este paso encontramos ya otro inconveniente, y es que el SERNAC no tiene la facultad para sancionar a la empresa si no colabora, o por el contrario, incentivar a la empresa para que colabore. Desafortunadamente no tiene ninguna consecuencia jurídica para la empresa. Como mencionan (Morales & Walker, 2020) en este sentido, debido a que no existe una regulación legal pormenorizada de este procedimiento de reclamo, el SERNAC se convirtió en una especie de buzón de reclamos para consumidores ya que éste no tiene un rol muy activo para fomentar o propiciar alternativas de solución a los conflictos (p. 4).

Tercero, de ser favorable el escenario, es decir, que la empresa acceda a llegar a una solución. Esto se hace a través de un procedimiento de <<mediación>> en el que el SERNAC facilitará la comunicación entre el consumidor y la empresa. No obstante, es debatible, según (Morales & Walker, 2020) si estos procedimientos constituyen propiamente una mediación. Debido a que el SERNAC actúa como tercero, pero no como un tercero imparcial y neutral (p. 3). Ya que en estos procedimientos realmente se busca brindarle una debida protección al

consumidor, garantizar los derechos de éste, dando prioridad a sus derechos como consumidor. Aunque retomando el objetivo, éste es promover la equidad entre empresas y consumidores pero buscando siempre brindar una debida protección al consumidor.

d) Accesibilidad de Plataforma para Consumidores Residentes en el Extranjero

Cualquiera puede visitar el Portal del SERNAC, que se encuentra disponible únicamente en idioma español. Además, si bien no existe una restricción explícita para consumidores que residan fuera de territorio chileno que quieran interponer un reclamo en el Portal del SERNAC, es necesario ingresar los datos de su identificación oficial según el país que se trate. Sin embargo, ingresando los datos de la credencial del Instituto Nacional Electoral el registro no fue posible. Puede deberse a un error en el sitio o en la información de la identificación, por lo cual es posible en teoría acceder al Portal del SERNAC como consumidor residente en el extranjero. Sin embargo, se puede presumir que podría interponerse el reclamo únicamente en contra de empresas chilenas o que celebren sus actividades en territorio chileno.

e) Protección de Datos Personales

El (SERNAC (d), 2022) ha de garantizar confidencialidad a los datos que recopile en su plataforma a través del ingreso directo por parte del titular, o usuario, o que deriven de su navegación. Dichos datos han de ser utilizados única y exclusivamente para los fines que se señalen y que sean competencia del Servicio Nacional del Consumidor. En caso de que se requiera utilizar dichos datos para un fin distinto se debe notificar, y en su caso, registrar el consentimiento del titular. No obstante, en cualquier momento tiene oportunidad el titular, o usuario, de ejercer sus derecho a que se modifiquen, rectifiquen, eliminen, cancelen, suspendan temporalmente sus datos personales, e inclusive a oponerse a que dichos datos sean utilizados con fines publicitarios, de mercadeo o para encuestas de opinión (SERNAC (d), 2022, p. 1). En este último punto, es muy similar a los derechos ARCO existentes en México. Además de que como en el caso mexicano, el titular de dichos derechos puede ejercer estas acciones en cualquier momento que considere pertinente. No obstante, no se menciona de forma explícita ante qué autoridad o a través de qué medio se pueden ejercer estos derechos.

4.1.3. Plataforma de Resolución de Litigios en Línea de la Comisión Europea (UE)

La Plataforma de Resolución de Litigios en Línea de la Unión Europea, en adelante Plataforma RLL, entró en operaciones el 15 de febrero de 2016 como resultado de dos instrumentos; la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo del 21/Mayo/2013 Relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Materia de Consumo y el Reglamento (UE) n^o 524/2013 sobre Resolución de Litigios en Línea en Materia de Consumo y por el que se Modifica el Reglamento (CE) n^o 2006/2004, analizados previamente en el apartado de instrumentos en materia de resolución de controversias en línea. La pretensión de este Reglamento, menciona (Catalán, 2017), era crear esta plataforma para establecer así una herramienta a través de la cual las empresas que operan en línea, voluntariamente, pudieran resolver controversias que se llegasen a presentar como resultado de estas transacciones. Todo de forma extrajudicial (p. 430).

a) Objetivo

La Plataforma RLL tiene como objetivo brindarle ayuda, principalmente, a los consumidores para “resolver litigios sobre compras en la red sin tener que llegar a los tribunales” (Comisión Europea (b) , 2021, p. 1). Cabe señalar que esta ayuda no tiene ningún costo y es administrada por la Comisión Europea. Además la Plataforma RLL busca que “comprar en línea sea más seguro y equitativo mediante el acceso a herramientas de resolución de litigios de calidad” (Comisión Europea (b) , 2021, p. 1). Se señalan también ciertas ventajas de acudir a un mecanismo extrajudicial de resolución de controversias, que generalmente consisten en un “procedimiento sencillo y barato que te evita tener que ir a los tribunales” (Comisión Europea (b) , 2021, p. 1).

b) Pretensiones y/o Motivos ante los cuales procede la apertura del procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Puede presentarse una reclamación ante la Plataforma RLL, según lo estipulado por la (Comisión Europea (a), 2022) al considerarse vulnerado alguno de los derechos del consumidor ante situaciones como: a) la entrega, pudiendo estar dañada la mercancía o si la entrega no se efectuó. Aquí cabría hacer la acotación si hace referencia únicamente a la entrega de productos de forma física, o también de forma digital tratándose de la compra de un software, por ejemplo que éste no se entregue. b) Prácticas abusivas, como ofertas

<<gratuitas>> falsas, publicidad señuelo. Situaciones que pueden ser bastante comunes tomando en cuenta el crecimiento que ha tenido el comercio electrónico, es decir, entre mayor oferta existe, por estadística mayor será el número también de empresas con este tipo de prácticas. c) Garantías y devoluciones, por ejemplo, con un producto defectuoso o, d) precios y pagos, que exista algún recargo injustificado o discriminación de precios. Estas situaciones pueden ser también más comunes de lo que se pudiese pensar debido a que al ser tan comunes las transacciones transfronterizas los costos de envío o las tarifas de importación pueden ser bastantes altos, razón por la cual siempre se le debe señalar al consumidor que existe la posibilidad de que el costo total aumente. No obstante, la Plataforma RLL existe y brinda la ayuda al consumidor para que pueda resolver una controversia de esta índole (p. 1).

c) Procedimiento de resolución extrajudicial de resolución de controversias

Es el turno de analizar el procedimiento de resolución, que cabe señalar desde este momento, la Plataforma RLL no se encarga de resolver en realidad ninguna controversia entre el consumidor y la empresa. Para mostrar qué es lo que hace en realidad la Plataforma RLL hay que conocer el procedimiento, primero, el consumidor presenta su reclamación. Desde aquí se puede hacer un paréntesis, ya que la (Comisión Europea (c), 2022) brinda la oportunidad a través de la Plataforma RLL para que la reclamación sea presentada por persona distinta al consumidor en calidad de representante de éste. Puede tratarse desde un abogado, un asesor legal, hasta cualquier otra persona que el consumidor designe, como por ejemplo un familiar o un allegado (p. 1).

Segundo, la (Comisión Europea (c), 2022) tiene a bien señalar que la Plataforma RLL hace llegar esta reclamación a la empresa de forma automática a través del correo electrónico que se haya señalado en interposición de la misma. Ante esta notificación, la empresa tiene la opción de aceptar o no. En caso de que la empresa no responda a la reclamación, o se niegue, el consumidor tiene la oportunidad de acudir con un asesor de la Plataforma RLL. Cada país de la Unión Europea cuenta con un punto de contacto nacional al que el consumidor puede acudir en este supuesto, para recibir orientación de alternativas para resolver su reclamación si este procedimiento no resultó como esperaba. Este tema se tratará más a fondo, más adelante (p. 1).

Por el contrario, la (Comisión Europea (c), 2022) deja muy claro que si la empresa responde de forma positiva al aviso de la reclamación y brinda la oportunidad, tanto a ésta como al consumidor de que intercambien mensajes con todo lo relacionado a la reclamación. Desde información, documentos y fotos de los productos en cuestión que sustenten el dicho del consumidor. E incluso pueden programar una reunión en línea a través de la Plataforma RLL.

En este punto, la empresa debe presentar y proponer una lista de organismos de resolución de litigios que puedan resolver o tramitar debidamente la reclamación. A su vez el consumidor puede, o no, aceptar alguno de estos organismos o solicitar que se le presenten otros. Tendrá el consumidor un plazo de 30 días para aceptar, y elegir, uno de estos organismos y para resolver la reclamación. Es necesario hacer hincapié en este punto, debido a que en este paso queda claro que la Plataforma RLL no es la encargada de ayudar a resolver la controversia, sino que funge como un puente entre el consumidor y la empresa para entablar un diálogo y que puedan, posteriormente, acudir ante un organismo autorizado, que esté capacitado para resolver una controversia de este tipo (p. 1).

Tercero, como se mencionó anteriormente la Plataforma RLL realmente no soluciona ninguna reclamación, ayuda a establecer una comunicación entre el consumidor y la empresa. No obstante, esto es tan importante como la resolución misma, ya que si las partes no se comunican, entonces no podrán llegar a un acuerdo. La (Comisión Europea (a), 2022) brinda la oportunidad a que si durante el intercambio de mensajes entre consumidor y empresa no se elige un organismo para intentar encontrar una solución, como ya se mencionó, el consumidor tiene la oportunidad de acudir con un asesor. Este asesor o punto de contacto nacional le ha de indicar otras herramientas a través de las cuales puede también resolver la controversia, como son: a) los Centros Europeos del Consumidor, encargados de asesorar y asistir al consumidor en materia de reclamaciones transfronterizas. Que en lo personal, sin entrar a un análisis de estos centros, suenan muy similares al mismo asesor ya que sus funciones son básicamente las mismas. b) Organismos de Resolución de Litigios, es decir, buscar a otro tercero neutral que pueda resolver su controversia, de forma tradicional o en línea. Herramienta que suena muy similar al propósito de la Plataforma RLL, es decir, buscar un organismo que pueda ayudar a las partes a resolver la controversia, a llegar a un acuerdo

favorable para ambas. c) FIN-NET, esta es una red de organizaciones encargada de ayudar a resolver controversias en lo particular contra proveedores de servicios financieros. d) Acciones Judiciales, en este punto ya se tendría que acudir a los tribunales para resolver la controversia. Se trata ya de los últimos recursos, puesto que el punto de los ADR y ODR es evitar acudir a un tribunal debido a los costos que tienen los procedimientos, que son tardados, e incluso complicados. Más tratándose de asuntos de escasa cuantía y gran volumen (p. 1).

No obstante, es necesario resaltar según (Albornoz, 2019) que el margen brindado a las empresas para autorregularse, como fuente privada, es bastante amplio. Ya que cada plataforma acreditada para resolver este tipo de controversias establece sus propios términos y condiciones. Lo cual es una alerta del peligro que esto podría traer para las garantías de los consumidores. Para esto la sugerencia de la autora es que se explore la vía de la co-regulación combinando la participación tanto privada como pública en la elaboración de normas en materia de ODR (pp. 42-43).

d) Accesibilidad de plataforma para consumidores extranjeros residentes en el extranjero

La Plataforma RLL se encuentra disponible únicamente para consumidores que residan en la Unión Europea, Noruega, Islandia o Liechtenstein. No obstante, una de las ventajas con las que cuenta dicha plataforma, gracias a la (Comisión Europea (b) , 2021) es que se encuentra disponible tanto la información, como los servicios que brinda, en los 23 idiomas que se hablan en la Unión Europea, así como noruego e islandés. Además de que si se presenta una reclamación en contra de una empresa que maneje un idioma distinto al del consumidor o el organismo seleccionado maneja un idioma distinto para resolver la controversia, existe un servicio de traducción automática que ofrece la Plataforma RLL. Por lo tanto, cada una de las partes puede expresarse libremente en su propio idioma, y los demás al recibir su información o comunicación, pueden realizar la traducción pertinente (p. 1).

e) Protección de Datos Personales

En el caso de la plataforma RLL, la (Comisión Europea (d), 2022) es la encargada de que los datos personales sean protegidos, así como velar porque se respete la privacidad del

titular de estos. De igual forma, los datos que se recopilan del titular son a fin de que éste pueda registrarse y hacer uso de la plataforma RLL. Además de que estos datos no han de ser empleados en tomas de decisiones automatizadas, ni en la elaboración de perfiles, y de que se especifica el plazo por el cual han de conservar los datos personales del titular, o del consumidor, que haga uso de la plataforma RLL. Dicho plazo será el tiempo necesario para resolver la controversia, y seis meses posteriores al cierre de dicha controversia. Dicho puede deberse a que se resolvió la controversia, a que se desistió, si no se llegó a ningún acuerdo. Posterior a este cierre la plataforma borra de forma automática los datos. Una vez más, el consumidor tiene la opción de rectificar dichos datos, a limitar el tratamiento que se le dé a estos, e incluso a oponerse al tratamiento de los mismos (Comisión Europea (d), 2022, p. 1). Sin embargo, en este punto si se deja claro a quién puede dirigirse el titular para hacer valer sus derechos o presentar una reclamación ante el Supervisor Europeo de Protección de Datos.

4.1.4. Consumidor.gov.br (Brasil)

La plataforma Consumidor.gov.br, en adelante Plataforma Consumidor, está en funcionamiento desde mayo de 2014. La Secretaría Nacional del Consumidor, en adelante SENACON, es la encargada de gestionar, dar mantenimiento y brindar el servicio al consumidor a través de esta plataforma. Sin embargo, Fernandes (2018, como se citó en (Albornoz, 2019) afirma que en Brasil durante 2015 se hizo el esfuerzo de modernizar la legislación procesal en busca de una mayor eficiencia en la solución de conflictos jurídicos. No obstante sería deseable que se cuente con una regulación completa respecto de la solución de controversias (p. 43). Dicho comentario, es acertado, pero tiene a bien agregar (Albornoz, 2019) es necesario realizar un cambio más allá del plano legislativo para contar con un verdadero cambio en la práctica, se requiere un cambio tanto en la cultura como en el ámbito jurídico (p. 43).

a) Objetivo

La Plataforma Consumidor, según la (SENACON (a), 2022), es un servicio público que permite el diálogo directo entre consumidores y empresas para resolver disputas de consumo a través de Internet. Además a través de este diálogo permite resolver conflictos de consumo de una forma eficaz sin la necesidad de acudir a un tribunal. Incluso el portal de la

Plataforma Consumidor afirma que el 80% de las denuncias que se interponen son resueltas en un plazo promedio de 7 días (p. 1).

- b) Pretensiones y/o Motivos ante los cuales procede la apertura del procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Las quejas que los consumidores pueden presentar en la Plataforma Consumidor son el resultado de una vulneración a sus derechos, según lo dispone el (Congreso Nacional, 1990), estos pueden ser: a) prácticas en el suministro de productos y servicios peligrosos o nocivos que pongan en riesgo la vida, salud y seguridad del consumidor. b) prácticas o cláusulas abusivas, por ejemplo a través de publicidad engañosa, c) que los productos o servicios no hayan sido prestados de forma adecuada, ajustándose a lo convenido (pp. 2-3). Es necesario acotar que en la Plataforma Consumidor no se reciben únicamente quejas que deriven de transacciones comerciales en línea, sino también de forma física. Por el contrario, la Plataforma Consumidor funciona únicamente en línea pero, no es la única opción que tienen los consumidores brasileños para resolver una controversia derivada de una transacción comercial.

- c) Características del Procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

El procedimiento, según la (SENACON (b), 2022), primero inicia con el consumidor registrando su denuncia, en forma de queja contra una empresa que haya vulnerado alguno, o algunos, de sus derechos. A partir de esto, la empresa cuenta con un plazo de 10 días para analizar dicha queja y dar una respuesta al consumidor. Es importante señalar que la Plataforma Consumidor tiene a bien ser concreta con los términos para cada etapa del procedimiento de resolución de quejas.

Segundo, el consumidor tendrá por su parte un plazo de 20 días para valorar y comentar la respuesta recibida por parte de la empresa. En este punto el consumidor elige si la controversia ha sido resuelta, indicando precisamente <<Resuelta o No Resuelta>> según sea el caso, además del nivel de satisfacción por el servicio recibido. Pero esto no es todo, ya que lo importante es lo que sucede dentro de estos 20 días. Puesto que el consumidor cuenta con la posibilidad de comunicarse con la empresa, adjuntar documentos que complementen

la queja interpuesta, y entra en un período de negociación con ésta. Todo con la finalidad de que se llegue a la mejor resolución posible, que sea satisfactoria para el consumidor (p. 1).

El procedimiento puede parecer bastante sencillo al tratarse más que nada de una negociación en la que la Plataforma Consumidor actúa como un tercero que facilita la comunicación entre las partes para que éstas alcancen una solución. No obstante, hay bastantes puntos a analizar y a destacar dentro del funcionamiento de esta plataforma. Primero que nada, la Plataforma Consumidor deja en claro que los procedimientos de queja serán procedentes únicamente respecto de aquellas empresas que estén registradas en el sitio. En el caso de que el consumidor quiera interponer una queja en contra de una empresa que no esté registrada lo único que puede hacer es sugerir que dicha empresa se incorpore a la plataforma, realizando su registro correspondiente. Por su parte, la Plataforma Consumidor se reserva el derecho de admitir únicamente a aquellas empresas que se comprometan a analizar y a dar una respuesta efectiva a los consumidores. Que por un lado, complica la situación para el consumidor puesto que no todas las empresas están registradas. Pero por el otro, resulta beneficioso para éste ya que las empresas que estén debidamente registradas están comprometidas a dar una respuesta y resolver la queja de forma efectiva junto con el consumidor.

Además, el consumidor debe cerciorarse de estar de acuerdo con la respuesta o la solución propuesta por la empresa. Debido a que éste cuenta únicamente con una oportunidad de evaluar la respuesta de la empresa, y al evaluarla de forma positiva o señalando que la queja ha sido <<Resuelta>> no hay marcha atrás. No puede volver a establecer comunicación con la empresa, no puede modificarse la resolución a la que hayan llegado y no puede abrirse un procedimiento con el mismo asunto. Además, también se hace hincapié en la plataforma que si no se llega a un acuerdo o no resulta satisfactorio para el consumidor la única otra opción con que cuenta es acudir a los tribunales.

Dentro de las fortalezas de la Plataforma Consumidor está el plazo para concluir con estos procedimientos. Ya que en total son aproximadamente 30 días para obtener una resolución desde el momento en que el consumidor interpone su queja.

d) Accesibilidad a la Plataforma para Consumidores Residentes en el Extranjero.

Desafortunadamente la Plataforma Consumidor únicamente está habilitada para consumidores nacionales o extranjeros que residan en territorio nacional, es decir, Brasil y que cuenten con su CDF³¹ para poder realizar el registro correspondiente en la plataforma. Además de que el sitio se encuentra disponible únicamente en idioma portugués.

e) Protección de Datos Personales

Los datos que se han de recopilar, en el caso al menos del consumidor, según la (Plataforma Consumidor, 2022) serán aquellos necesarios para el registro del consumidor en la mencionada plataforma, como fecha de nacimiento, teléfono, nombre, sexo, región, edad, entre otros. No obstante, estos últimos tres datos <<edad, sexo, región>> podrá ser utilizados con fines puramente estadísticos. Ya que únicamente tendrán acceso a dichos datos la plataforma a fin de poder llevar a cabo el procedimiento de reclamo, el proveedor respecto contra el cual se levantó el reclamo y el consumidor mismo. Sin embargo, si se requiere que se suprima o edite algún dato, o información, proporcionado por el consumidor éste debe fundar y motivar dicha solicitud que será puesta a consideración del responsable (p. 1). Esta última situación resulta llamativa pues si bien este derecho de suprimir o rectificar algún dato personal lo pueden ejercitar los consumidores, o usuarios, de las plataformas anteriormente analizadas. El caso de la Plataforma Consumidor es el primero en el que el consumidor mismo debe fundar y motivar debidamente su solicitud para que además ésta sea puesta a consideración del responsable del tratamiento de sus datos personales.

4.1.5. Centro de Resolución de Disputas en Línea de eBay (Privada)

Esta es la única plataforma de la iniciativa privada incluida en este apartado. Antes que nada, eBay fue fundado en septiembre de 1995. Fecha importante puesto que fue en la época en que se generalizó el uso del internet³². Además, según (Schmitz & Rule, 2018) eBay es considerado como la primera plataforma global de comercio electrónico. No obstante el sitio de internet de eBay tuvo bastante éxito, tanto que en el año de 1999 se lanzó un programa piloto que buscaba resolver disputas entre compradores y vendedores del sitio, ya que al ser pionero en el mundo del comercio electrónico también tuvo que encontrar la forma de

³¹ Cadastro de Pessoa Física. Es decir, su número de registro de persona física.

³² Justo un año después de la considerada primera transacción por internet en el año de 1994 como se mencionó en el capítulo 1.

resolver las disputas presentadas en el sitio. Su programa piloto evolucionó a una compañía emergente, SquareTrade.com. Que a su vez evolucionó hasta convertirse en el servicio de mediación en línea más exitoso. Sin embargo, algunas disputas no resultaban idóneas para SquareTrade. Razón por la cual en 2003 eBay tomó la decisión de contar con un sistema de ODR interno (p. 35).

a) Objetivo

Optimizar la forma de resolver las controversias que se lleguen a presentar en el sitio a la vez que se protege tanto al vendedor como el comprador pues ambas partes son el pilar del sitio, teniendo en cuenta que cada controversia tiene sus particularidades y que los procedimientos de resolución de disputas pueden ser iniciados tanto por el vendedor como el comprador (Rule, 2017). Esta perspectiva de eBay de proteger tanto al vendedor como al comprador resulta interesante, ya que cualquiera de los dos puede iniciar un procedimiento de resolución de disputas.

b) Pretensiones y/o Motivos ante los cuales procede la apertura del procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Tratándose de un sitio de compra y venta en línea se puede iniciar un procedimiento de resolución de disputa cuando: se pagó por un artículo pero nunca se recibió o no era lo que esperaba o se publicitaba, el artículo estaba dañado o no servía, o no recibí un reembolso. Inclusive el sitio de eBay incluye una posible solución al problema que se trate para agilizar estos procedimientos, y buscando no perjudicar a ninguna de las partes. Por el contrario, busca incentivarlas a la vez que genera confianza. No obstante, estos son los motivos por los que el comprador puede iniciar un procedimiento de resolución de disputa. En el sitio de (eBay (a), 2022) se hace hincapié en estos, sin embargo, los motivos que el vendedor puede tener para participar de un procedimiento de resolución de disputa son mayormente la cara de una misma moneda. Se trata mayormente de situaciones en las que el vendedor puede actuar para protegerse, en realidad no se trata de que inicie un procedimiento de resolución de disputa como tal. Ya que se trata de casos puntuales, como qué puede hacer el vendedor para excluir a ciertos compradores con un mal historial en el sitio o que residan en determinada locación a la que el vendedor no haga envíos. Qué procede si el comprador indica que no recibió el artículo o si le reclaman un reembolso, entre otros (p. 1).

c) Características del Procedimiento extrajudicial de resolución de controversias

Si bien eBay plantea, y cuenta, con un sistema automatizado propio para la resolución de controversias. Es decir, y según (Schmitz & Rule, 2018), cuenta con una plataforma que a su vez tiene sistemas de aprendizaje que a través de recopilar y analizar la información de todas las transacciones y disputas presentadas en el sitio, además de encuestas aplicadas a los usuarios que sirven como retroalimentación, han podido generar un sistema automatizado que evalúa la controversia o disputa y permite sugerir posibles soluciones a los usuarios. Es decir, a través de un programa de software en el que es necesario acudir a un procedimiento de ODR convencional para solucionar una disputa en el sitio de eBay. Este sistema permite que en el caso de disputas derivadas de transacciones de escasa cuantía no se tenga que invertir más dinero para resolver ésta de forma rápida y satisfactoria. (Schmitz & Rule, 2018, pp. 36-37). Es una gran opción para los consumidores que busquen resolver una controversia sin ningún costo y de forma rápida.

Ahora bien, según (Karp, 2005) si no se soluciona la controversia a través del sistema automatizado del propio sitio de eBay ya sea porque pasó el término para hacer uso de éste o porque no se pudo contactar con la otra parte, existe otra alternativa. No obstante, hay que conocer cuál es el procedimiento a seguir en esta fase opcional para resolver la controversia en eBay. El primer paso para iniciar el procedimiento de resolución de disputa el consumidor debe registrarse en SquareTrade y señalar todos los pormenores de su controversia. SquareTrade enviará una notificación formal a ambas partes. En el supuesto de que el procedimiento lo inicie el comprador, se le enviará al vendedor para que se comunique. Estas serán las únicas partes involucradas y que tendrán acceso a toda la información relacionada con la controversia. No obstante, si la otra parte no responde en un término de 14 días podrá solicitar a eBay que se elimine sus comentarios y/o calificaciones negativos como usuario para que su reputación, e historial, en el sitio no se vea afectada (p. 22).

Segundo, conforme el sitio de (eBay (b) , 2022), si se elige contar con un mediador se debe pagar por sus servicios, esto son 15 dólares, aunque el costo original es de 20 dólares pero eBay subvenciona parte del monto. En el caso de decidir contar con un mediador se debe aclarar que éste no impone ninguna solución ni acuerdo, únicamente facilita la comunicación entre las partes. En el supuesto de que no lleguen a una solución, aun con la

presencia del mediador, éste último emitirá una propuesta de solución basada en los principios de neutralidad y buena conducta. Nunca favoreciendo a ninguna de las partes. No obstante, la controversia se puede resolver a través de la negociación entre éstas. A fin de llegar a un acuerdo por su cuenta que resulte beneficioso para ambas. Este proceso dura aproximadamente 10 días (pág. 1). Si el sistema automatizado de eBay no dio resultado, es agradable que el sitio ofrezca otra opción para resolver la controversia sin ningún costo adicional, salvo que se elija optar por la participación de un mediador. Esto ya dependerá de las necesidades de las partes, de la controversia y quizá del monto ésta.

d) Accesibilidad a la Plataforma para Consumidores Residentes en el Extranjero

El sitio es accesible mundialmente y cualquier consumidor residente de cualquier país en el que esté disponible el sitio puede hacer uso del sistema de resolución de disputas del mismo. Además de que el sitio está disponible en el idioma oficial del país en el que se ingrese.

Para concluir el presente capítulo ha servido para exponer el tanto el funcionamiento lo general como algunas características en lo particular de plataformas internacionales de resolución de controversias en línea derivadas del comercio electrónico, en particular de tipo B2C. Lo anterior a través de un análisis crítico de éstas a fin de identificar aspectos positivos que puedan ser tomados en cuenta para la elaboración de la multicitada propuesta de mejora. Tanto de los artículos de la LFPC que dan pie al funcionamiento de CONCILIANET como de la plataforma misma a fin de brindar una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de comercio electrónico de tipo B2C. Dicha propuesta será elaborada en el siguiente capítulo para concluir de igual forma con la metodología señalada al inicio de la presente investigación.

e) Protección de Datos Personales

Este subapartado de protección de datos personales en lo particular resulta interesante ya que se trata de una plataforma particular, o privada, de resolución de controversias en línea derivadas del comercio electrónico. Primero que nada tratándose de un sitio de comercio electrónico, es obvio que (eBay (c), 2022) deja claro en su aviso de privacidad que el uso que

se le ha de dar a los datos personales del consumidor, o usuario, será para mejorar la calidad de su servicio, brindar una mejor experiencia en el sitio, publicidad y anuncios personalizados, entre otros. Sin embargo, el consumidor tiene la opción, y el derecho, de que se respeten sus datos personales. Por ello, puede solicitar que se corrijan, se restrinja su uso, se limite, negar su uso e incluso pedir que se eliminen los datos que haya recopilado el sitio en su totalidad. Tendrá el consumidor la opción de contactarse por escrito en caso de cualquier duda o reclamación, no se aclara en este punto si es únicamente de forma física a través de correo tradicional pero se presupone debido a que únicamente señalan una dirección para comunicarse. Además, se le da aviso al consumidor, o usuario, de que tiene la oportunidad de acudir ante una autoridad supervisora en materia de protección de datos personales para realizar una reclamación (p. 1). Resulta interesante que este sitio, eBay, si bien cuenta con una plataforma propia para la resolución de controversias que se presenten en el mismo. No cuenta con una plataforma para resolver reclamaciones que tengan que ver con la protección de datos personales, aún y cuando se menciona que se puede enviar una reclamación directamente a su oficina de privacidad global. Aunque no menciona cómo es el procedimiento, si es que se resuelven a través de dicha oficina las reclamaciones. Pero deja abierta la puerta para que el consumidor pueda acudir ante una autoridad supervisora en materia de protección de datos personales, la cual ya dependerá de cada país en el que brinde sus servicios, u opere, eBay.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Tal como se mostró y se demostró a través de los análisis realizados tanto a CONCILIANET como a aquellos artículos de la LFPC que dan pie a su funcionamiento, dicha plataforma es una excelente herramienta para la resolución de controversias de comercio electrónico entre empresas, y sobre todo, consumidores que contratan con empresas mexicanas en línea. Sin embargo, CONCILIANET tiene aún mucho potencial y áreas de oportunidad que servirían para brindar una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio mexicano como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de tipo B2C.

De tal suerte, que luego de haber realizado una investigación partiendo tanto de aquellos conceptos básicos que al ser hilados ayudaron a entender y comprender el problema planteado en esta tesis. Pasando a análisis críticos, tanto a nivel nacional como internacional, a instrumentos y plataformas internacionales en materia de resolución de controversias en línea de comercio electrónico, se presentan las siguientes conclusiones:

PRIMERO. Los mecanismos alternativos de resolución de controversias en línea sin duda representaron un gran avance en materia contractual, pero además también significó un adelanto impresionante en materia de comercio electrónico puesto que permiten transformar y eficientar la forma en que se imparte justicia. En conjunto con otros factores han representado sin lugar a dudas una primera opción para la resolución de controversias derivadas del comercio electrónico en contraposición con los tribunales.

SEGUNDA. Históricamente surgieron primero los ADR como una forma alternativa para resolver controversias, a través de la negociación, la conciliación, la mediación y el arbitraje. Posteriormente surgen los ODR, los cuales son una forma alternativa de resolver controversias a través de internet, no obstante, debe quedar claro que no se trata de una simple traslación de los ADR a un entorno digital. Por el contrario, los ODR se han nutrido de la historia de dichos procedimientos así como de éstos en la práctica. Por lo tanto, debe quedar claro que los ODR han sabido aprovechar, e implementar, de forma efectiva las tecnologías a su alcance. Permitiendo así ampliar la cobertura, facilitarla y mejorando la calidad en la resolución de controversias pero ahora en un ámbito digital.

TERCERA. CONCILIANET es una plataforma mexicana dedicada a resolver todo tipo de controversias en línea entre empresas y consumidores, no únicamente aquellas derivadas del comercio electrónico. Cuenta con estadísticas, cifras oficiales, que muestran y respaldan que dicha plataforma funciona, cumple con su cometido. A raíz del análisis realizado tanto a la plataforma, su normativa y los informes de actividades anuales es posible concluir que CONCILIANET cuenta con un porcentaje algo de conciliación aún y cuando dicho porcentaje ha disminuido en los últimos años, por ejemplo, durante el Informe de 2011 el porcentaje de conciliación fue de 96% mientras que en el Informe de 2021³³ el porcentaje disminuyó a 81.5%. Además de que desde puesta en marcha, 2008, el número de quejas tramitadas se encontraba al alza, teniendo en su primer año 169 quejas, en el Informe 2020 su punto más alto con 11,820 quejas y en el pasado Informe 2021 dicha cifra cayó hasta las 7,049 quejas. No obstante, estos números de quejas tramitadas en CONCILIANET siguen siendo bajos si los comparamos con el número de quejas tramitadas en la vía tradicional, puesto que éstas representan aproximadamente un 10%. Inclusive el número de proveedores participantes se encuentra limitado, desde su puesta en marcha ha crecido pero se ha visto mermado, en los casi quince años de funcionamiento de la plataforma nunca se han tenido contabilizados cuando menos cien proveedores participantes. La mayor cifra fue en el año 2014, con 96 proveedores participantes, de este año a la fecha el número de proveedores incluso se redujo de estos 96 a 86 únicamente.

Lo anterior denota que la plataforma es efectiva, presenta resultados. Aunque haya disminuido el porcentaje de conciliación y de quejas tramitadas, la cifra sigue siendo alta. Sin embargo, estos decrementos pueden deberse a una pluralidad de razones, una de ellas a normativa rezagada, la cual no ha visto una reforma sustancial desde la creación de CONCILIANET. El nulo énfasis que se le da a la plataforma misma en la LFPC puesto que ni siquiera se menciona, únicamente se hace referencia a la utilización de medios electrónicos. No se realizó alguna adecuación ni a la plataforma ni a su normativa durante el contexto vivido en la pandemia de COVID-19. Aún y cuando CONCILIANET se volvió la

³³ Cabe señalar que fue publicado posterior a la realización del análisis incorporado en este trabajo de investigación, el día 26 de julio de 2022, pero que fue consultado para la elaboración de las presentes conclusiones. Fuente: <https://bit.ly/3oVPHih>.

vía idónea para resolver este tipo de controversias, entre empresas y consumidores de comercio electrónico, durante este período. Esto trae consigo no sólo un estancamiento en el funcionamiento de la plataforma, que presenta buenos resultados pero tiene oportunidad para mejorar y brindar un servicio más efectivo. A la vez que evita que se le brinde una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio mexicano como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de tipo B2C.

Cabe añadir que el número de usuarios es en realidad bajo. Sobre si se compara con la cifra de consumidores que acuden de forma presencial a una delegación de PROFECO. Aunado lo anterior al bajo número de proveedores, existe otro problema, y que no se encontró información clara y concisa sobre la facultad que tiene la autoridad, o no, de incentivar a las empresas para que colaboren con la plataforma.

Además la plataforma misma se ve limitada en su procedimiento, es decir en línea, en comparación con el procedimiento de forma presencial o tradicional. Debido a que en la vía presencial existe un procedimiento escalonado en el que si no se llega a una solución a través del procedimiento de conciliación existe la oportunidad de pasar a un procedimiento arbitral. Razón por la cual sería importante que ampliaran las formas a través de las cuales un consumidor puede resolver su controversia, o queja, implementando un procedimiento ya existente pero en una modalidad distinta, es decir, en línea a través de CONCILIANET.

CUARTA. La tendencia internacional es que los ADR y ODR sean lo suficientemente sencillos, accesibles y fáciles de utilizar para los consumidores. Teniendo estas características una pluralidad de ventajas como, por ejemplo, que el consumidor no requiera de representación jurídica, no obstante, sí pueden y se les anima a contar con la asesoría o apoyo brindado por las autoridades que manejan por ejemplo las plataformas de resolución de controversias en línea analizadas en el presente trabajo de investigación. Además también de que sean una mejor opción, o una primera opción, para los consumidores para resolver este tipo de controversias a través de las mencionadas plataformas en contraposición con los tribunales mismos.

QUINTA. En materia de resolución de conflictos en línea existe una serie de principios básicos que deben regirlos. Cabe señalar que, cuando menos, a nivel nacional, en particular en la LFPC no se incorpora ninguno de estos principios básicos por lo cual es

necesario incluirlos a fin de brindar una debida protección al consumidor, que resida tanto en territorio nacional como extranjero, que contrate con empresas mexicanas en línea de tipo B2C.

El fundamento de la afirmación anterior ha tomado forma desde el primer capítulo del presente trabajo de investigación, puesto que se abordan los mencionados principios que deben estar presentes en los mecanismos extrajudiciales, aplicables tanto a los ADR como a los ODR, pero la realidad es que dicho tema fue una constante en el capitulado de la presente tesis. Teniendo una relevancia particular en el análisis realizado a lineamientos internacionales en materia de resolución de controversias en línea.

Resulta llamativo ver al principio de autonomía de la voluntad de las partes pasando de la teoría a la práctica como es en el grueso de las plataformas analizadas, tanto de iniciativa pública como privada. En estos casos las mencionadas plataformas sirven como el punto de encuentro, y de apertura al diálogo entre las partes para que estas mismas puedan llegar a darle solución a la controversia. Es importante ver que estos principios fungen como lineamientos para que en la práctica se puedan resolver este tipo de controversias, surgidas del comercio electrónico, a través de mecanismos sencillos, eficientes, económicos y en los que además las partes, empresa y sobre todo el consumidor, son los protagonistas.

SEXTA. En México existe la posibilidad para consumidores residentes en el extranjero de interponer una queja respecto de empresas mexicanas de comercio electrónico B2C. No obstante, se encuentra limitado dicho actuar pues la interposición se lleva a cabo únicamente vía correo postal o electrónico. Aún y cuando se tiene la plataforma que podría resultar particularmente útil en este caso. Dicha situación representa un rezago a nivel internacional, con respecto a las plataformas analizadas, puesto que en el mayoría de estas se brinda la oportunidad tanto a consumidores extranjeros, como aquellos que residan en el extranjero pero que contraten con una empresa de comercio electrónico nacional, según la plataforma que se trate.

PROPUESTAS

Tal como se pudo apreciar a lo largo del presente de investigación, en particular en las conclusiones anteriores, es necesaria una actualización y modernización tanto de CONCILIANET como de su cuerpo normativo, la LFPC. Por lo tanto, a continuación se han de realizar algunas propuestas de actualización tanto para la LFPC, en lo particular a aquellos artículos que dan pie al funcionamiento de CONCILIANET, como a la plataforma misma.

1. Si bien la LFPC ya cuenta con un artículo dedicado a los principios que deben regir la protección al consumidor en lo general, es necesario que se añada un listado y breve descripción de aquellos principios que deben regir en lo particular a los procedimientos de resolución de controversias en CONCILIANET tal como lo manejan todos los instrumentos internacionales analizados en la presente investigación.
2. Que la autoridad concretice en la LFPC los términos o duración tanto del procedimiento conciliatorio como del arbitral tanto presencial como en línea, al menos en cuanto al procedimiento conciliatorio. Así como de cada una de las etapas que conforman estos procedimientos, a fin de promover la confianza en el consumidor al brindarle mayor certeza de que al usar CONCILIANET se encontrará ante un procedimiento que además de gratuito y sencillo, será rápido.
3. Se propone una modificación al procedimiento de resolución de controversias de CONCILIANET, pasando del procedimiento conciliatorio con el que cuenta actualmente a un procedimiento escalonado, incorporando así el procedimiento arbitral a dicha plataforma. Debido a que si bien el procedimiento arbitral ya existe conforme a lo dispuesto por la LFPC éste únicamente se lleva a cabo en la vía tradicional, es decir, de forma presencial. Por lo tanto, esta propuesta va orientada a que se traslade el arbitraje, y este procedimiento escalonado el cual existe de forma presencial pero a un entorno digital.
4. Se incorpore a la LFPC un capítulo, o apartado, dedicado especialmente al procedimiento conciliatorio a través de CONCILIANET, y posteriormente, se incorpore el procedimiento arbitral a través de dicha plataforma. Debido a que en la actualidad los artículos que dan pie a su funcionamiento se encuentran dispersos en la legislación.

5. Se considere el contar un sistema de resolución automatizado en la plataforma a través de sistemas de aprendizaje los cuales han de recopilar y analizar la información de todas las disputas presentadas en el sitio. Es decir, sin que sea necesaria la presencia de un tercero a menos que sea necesario o al menos no en un primer momento. Por ejemplo, en el caso de eBay, las partes pueden optar por resolver la controversia en el propio sitio, pero teniendo la alternativa de acudir a un sitio externo, afiliado a eBay, en el cual un tercer funge como mediador para facilitar la comunicación entre las partes a fin de que éstas lleguen a una solución por sí mismas.
6. Que se promueva la incorporación de más empresas para participar en CONCILIANET, de tal suerte que el consumidor tenga la confianza de adquirir bienes o servicios a través del comercio electrónico con empresas mexicanas en línea. En la actualidad existe un sello de confianza por parte de PROFECO el cual tiene por nombre Distintivo Digital, el cual tiene por objeto tanto brindar la confianza a los consumidores de que se trata de proveedores de comercio electrónico responsables como apostarle a la autorregulación para solución de conflictos. Si bien la autorregulación suena muy bien en el papel, en este caso lo dispuesto por el Código de Ética en Materia de Comercio Electrónico, la realidad es que debería apostarse en primer lugar por incorporar a más proveedores a CONCILIANET a través del registro de éstos para obtener el Distintivo Digital. Es decir, darle impulso a una plataforma de resolución de controversias en línea ya existente y funcional. Debido a que quizá no todas las empresas de comercio electrónico cuentan con los recursos para crear y operar una plataforma propia para la resolución de controversias, razón por la cual podría indicarse de manera provisional, o final si así lo desean, el sumarse a CONCILIANET para resolver las controversias que se puedan llegar a presentar a consecuencia de las transacciones de comercio electrónico.
7. Sería importante que las empresas en sus sitios al ofertar, o el consumidor al adquirir algún bien o servicio cuente con la información y orientación necesaria sobre posibles escenarios ante los cuales se requiera acudir a un mecanismo de resolución de controversias. Es decir, que informes a los consumidores qué pueden hacer ante una controversia, adónde acudir, qué opciones tienen. En este caso, que les brinden la información pertinente para que asistan a CONCILIANET, o inclusive que exista un

primer acercamiento a la empresa para tratar de resolver la controversia antes de acudir siquiera a un mecanismo extrajudicial de resolución de controversias. Como por ejemplo sucede en el caso de SIC Facilita, la plataforma colombiana solicita que se informe, al realizar la apertura del procedimiento de queja, si se ha comunicado con la empresa previamente para tratar de solucionar la controversia o no.

8. Que además el Estado, a través de PROFECO y en lo particular de CONCILIANET, invierta en brindar a la población en general, y en lo particular al consumidor, de herramientas como video tutoriales, talleres e inclusive capacitaciones sencillas para que estos aprendan a utilizar CONCILIANET. De igual forma, que se les brinde la información necesaria y en caso de que no sea así, o surja alguna duda que les indiquen de algún tipo de chat, línea telefónica o correo electrónico al cual puedan comunicarse para solicitar ayuda. Tal como, por ejemplo, el portal de internet del SERNAC en Chile, en éste se le indica paso a paso al consumidor cuál es la ruta a seguir desde la interposición del reclamo hasta su conclusión. Se señalan los medios a través de los cuales se puede interponer la queja, se le indica al consumidor también que puede obtener más información, o solventar cualquier duda, mediante una sección de preguntas frecuentes o una línea telefónica.
9. Que se analice la posibilidad de habilitar CONCILIANET para que consumidores que residan en el extranjero puedan hacer uso de la misma, para interponer quejar en contra de proveedores mexicanos de comercio electrónico B2C. Tal como se hace, por ejemplo, en el portal del SERNAC en Chile, en el cual cualquier individuo residente en cualquier país puede realizar la apertura del procedimiento de queja siempre y cuando cuente con una identificación oficial que le permita registrarse en el sitio. Además, de que el proveedor respecto del cual quiere interponer la queja sea chileno o extranjero y que realice sus operaciones en territorio chileno.
10. Así como en la plataforma RLL exista una función de guía o de acompañamiento en CONCILIANET, que en el supuesto de que el consumidor no pueda hacer uso de la misma, debido a que el proveedor respecto el cual busca interponer la queja no es un proveedor participante, pueda recibir guía sobre adónde puede acudir en su lugar, ante qué autoridad u organismo particular. Proponiendo, y presentando, una lista de

organismos de resolución privados que cuenten con autorización por parte de la autoridad correspondiente. Explorando también así la vía de la co-regulación.

Finalmente, señalar que el presente trabajo de investigación representa un punto de partida sumamente importante, y sustancial, en el estudio de la resolución de conflictos, o la resolución extrajudicial de conflictos. Por lo cual, posteriormente se planea retomar el estudio de la resolución de conflictos pero a través de diversas tecnologías como son la inteligencia artificial, el *blockchain*, y los *smart contracts* por mencionar algunos. Buscando aplicar los conocimientos de investigación jurídica adquiridos durante la realización de la maestría, pero principalmente aquellas herramientas y conocimientos obtenidos en la elaboración de la presente tesis.

REFERENCIAS

- Adriano, C. (2019). En Busca del Consumidor 3.0: Evolución y Decisiones del Consumidor Digital en España. <https://bit.ly/3qnRvAL>
- Aguilar, Y. (2019). Las Prácticas Agresivas Desleales en el Mercado y la Tutela del Consumidor. <https://bit.ly/3uINpph>
- Aguirre, J. (2021). Justicia digital: propuestas de innovación. *Mirada Legislativa*, 198. <https://bit.ly/3abHSh6>
- Albornoz, M. M. (2019). ONLINE DISPUTE RESOLUTION (ODR) PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN CLAVE BRASILEÑA. <https://bit.ly/3tA38aM>
- AMVO. (2021). Estudio de Venta Online. <https://bit.ly/2YdroTx>
- Arely, A. (2017). Capítulo 2. Resolución electrónica de disputas en el comercio electrónico: Concilianet, análisis casuístico. *El Abogado Frente al Derecho Informático y su Enseñanza*: <https://bit.ly/3yl9f2r>
- Asociación de Internet. (2019). Estudios sobre Comercio Electrónico en México 2019. Asociación de Internet MX: <https://bit.ly/2QhMcF5>
- Balderas, C. (2021). Proposición con punto de acuerdo por la que se exhorta a la secretaría de economía y a la procuraduría federal del consumidor a promover el módulo denominado “CONCILIANET” entre los proveedores de bienes y servicios. <https://bit.ly/3mzXMc9>
- Banda, N. (2019). E-Commerce. <https://bit.ly/3dl0VHE>
- Bercovitz, R., Morajelo, N., & Quicios, S. (2020). In *Tratado de Contratos*. 3a. Edición (p. 109). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Bustamante, M., Ángel, S., Giraldo, J., & Marín, J. (2020). Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos (MASC) e Inteligencia Artificial (IA) para la Solución de Controversias en Línea (SCL): Una Apuesta por la Descongestión en la Administración de Justicia. Vol. 12 No. 1 (2020): *Law, State and Telecommunications Review / Revista de Direito, Estado e Telecomunicações*: <https://bit.ly/3qMpWBe>

Camargo, J. (2016). Los Actos Jurídicos Celebrados por Medios Electrónicos y su Valor Judicial. In I. Camargo, Los Actos Jurídicos Celebrados por Medios Electrónicos y su Valor Judicial. Juárez: Editorial Página Seis, S.A. de C.V.

Canal Superintendencia de Industria y Comercio. (2021). SICFACILITA. <https://youtu.be/00TMYCx-d8M>

Castañeda, J. (2002). Cuadernos de Estudios Empresariales. Ediciones Complutense: <https://bit.ly/3xMsNwV>

Catalán, M. J. (2017). Acceso a la Justicia de los Consumidores a través del ADR y ODR. Valencia, España.

CNUDMI. (2016). Notas técnicas de la CNUDMI sobre la solución de controversias en línea. Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional: <https://bit.ly/36b8Fbo>

CNUDMI. (2017). Notas técnicas de la CNUDMI sobre la solución de controversias en línea. Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional: <https://bit.ly/36b8Fbo>

Comisión Europea (a). (2022). Derechos del Consumidor. <https://bit.ly/3I3ts10>

Comisión Europea (b). (2021). Resolución de litigios en línea. <https://bit.ly/3sYTn5J>

Comisión Europea (c). (2022). ¿Cómo funciona? (La Plataforma de Resolución de Litigios en Línea? <https://bit.ly/3ME1wUW>

Comisión Europea (d). (2022). Declaración de confidencialidad para un consumidor. Protección de los datos personales. <https://bit.ly/3ufwIYT>

CONCILIANET. (2022). Aviso de privacidad simplificado. <https://bit.ly/3LKgK9M>

Congreso de la República. (2011). Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor: <https://bit.ly/35GZ9fS>

Congreso de la Unión. (1975). Ley Federal de Protección al Consumidor. <https://bit.ly/3dkSH1U>

Congreso de la Unión. (2018). Código de Comercio. <https://bit.ly/3qCEFP5>

Congreso de la Unión. (2019). Ley Federal de Protección al Consumidor. <https://bit.ly/3xoPVAX>

Congreso de la Unión. (2021). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. <https://bit.ly/3wZiG7Z>

Congreso de la Unión. (2021). Ley Federal de Protección al Consumidor. <https://bit.ly/3xoPVAX>

Congreso Nacional. (1990). Ley No 8.078, del 11 de Septiembre de 1990. <https://bit.ly/37m8huD>

CORDIS. (1997). Iniciativa Europea Sobre el Comercio. CORDIS Resultados de Investigaciones de la UE: <https://bit.ly/327R6H4>

Dávalos, M. (2010). Manual de Introducción al Derecho Mercantil. Colección Cultura Jurídica: <https://bit.ly/2UJGGgC>

Del Águila, A. R. (2000). Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial. In A. R. Del Águila. Madrid: RAMA.

eBay (a). (2022). Reclamos y protección del vendedor. <https://ebay.to/3q2rIii>

eBay (b) . (2022). eBay Services: Buying and Selling Tools: Dispute Resolution Overview. [Servicios de eBay: Herramientas para Vender y Comprar: Resumen de Resolución de Disputas]. <https://ebay.to/3q2Eeyx>

eBay (c). (2022). Aviso sobre privacidad. <https://ebay.to/3NWeka4>

Federación, P. J. (2013). Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Décima Época. Libro XXV. Tomo 1. <https://bit.ly/2W3PIpQ>

Fernández, A., Sánchez, M., Jiménez, H., & Hernández, R. (2015). La Importancia de la Innovación en el Comercio Electrónico. Portal de Revistas Científicas UCJC: <https://bit.ly/3xB6TMr>

Fernández, R. (2008). Universidad Complutense de Madrid. <https://bit.ly/2RXuMic>

Gerónimo, P., Silva, F., & Martínez, G. (2021, Enero 01). Mecanismos Alternativos en la Solución de Conflictos para la Construcción de una Cultura de Paz. *Revista Ciencias de la Documentación*: <https://bit.ly/2V9feJn>

Gobierno de México. (2021). Declaración de Accesibilidad [gov.mx](https://bit.ly/3Dio5JE). <https://bit.ly/3Dio5JE>

INEGI. (2018). Comercio. Cuéntame de México. <https://bit.ly/36JjC47>

Karp, D. (2005). eBay Hacks: Tips & Tools for Bidding, Buying, and Selling [Hacks de eBay: Consejos y Trucos para Ofertar, Comprar, y Vender]. <https://bit.ly/3tUb45Q>

López, J. (2019). La Protección del Consumidor en México a Partir de Contratos Celebrados por Internet. Repositorio Institucional UJAT: <https://bit.ly/2UFKT4O>

Márquez, M., & De Villa, J. (2013). Medios Alternos de Solución de Conflictos. Biblioteca Jurídica Virtual UNAM. In *Derechos Humanos en la Constitución: Comentarios de Jurisprudencia Constitucional e Interamericana II*. <https://bit.ly/3D42ULN>

Martín, J. (2021). El Comercio Electrónico Despega en México con la Pandemia: “Sin él, nuestro negocio ya no existiría”. *El País*: <https://bit.ly/3hxViLL>

Martín, M., & Sáez, F. (2016). Análisis Preliminar del Comercio Electrónico. <https://bit.ly/3wXcTz8>

Morales, M., & Walker, N. (2020). Resolución Alternativa de Conflictos ante el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). *Vniversitas*, 69. <https://bit.ly/3iErwlf>

Nava, W. (2018). Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos en México. Evaluación de CONCILIANET a 10 años de su creación.

Nava, W. (2019). Los Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos en Línea: Su Problemática en el Derecho Internacional Privado. <https://bit.ly/3NFRnIa>

Nava, W., & Breceda, J. (2017). Mecanismos Alternativos de Resolución de Conflictos: Un Acceso a la Justicia Consagrado como Derecho Humano en la Constitución Mexicana. *Cuestiones Constitucionales. Revista Mexicana de Derecho Constitucional*. <https://bit.ly/3gjWajo>

OCDE. (2007). Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores. <https://bit.ly/3Jzoqul>

OCDE. (2011). OECD Guide to Measuring the Information Society. OECD Library: <https://bit.ly/3eUcN3t>

Ovalle, J. (2000). Derechos del Consumidor. <https://bit.ly/3xf8Q1v>

Parlamento Europeo. (2013 a). Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo. Relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Materia de Consumo: <https://bit.ly/3wnKvGd>

Parlamento Europeo. (2013 b). Reglamento (UE) No. 524/2013 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. <https://bit.ly/3gUy9zi>

Parlamento Europeo. (2013). Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo. Relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en Materia de Consumo: <https://bit.ly/3wnKvGd>

Plataforma Consumidor. (2022). Política de uso de datos personales. <https://bit.ly/3jboG7K>

PROFECO. (2011). Informe Anual de Actividades 2010. <https://bit.ly/3lCGomO>

PROFECO. (2012). Informe de Actividades 2011. <https://bit.ly/3iWtKgA>

PROFECO. (2021). ¿Qué es CONCILIANET? <https://bit.ly/2ZCZSip>

PROFECO. (2021). Informe Anual de Actividades 2020. <https://bit.ly/3AjJShP>

Relaño, A. (2011). Consumidores digitales, un nuevo interlocutor. <https://bit.ly/3x65HjA>

Rendón, A., & Sánchez, Á. (2015, Julio-Diciembre). Juicio en Línea Justo. Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Revista de la Facultad de Derecho de México, 65(264). <https://bit.ly/39ceCqG>

Rule, C. (2017). Designing a Global Online Dispute Resolution System: Lessons Learned From eBay. <https://bit.ly/3sZYFhp>

Sánchez, A., Márquez, D., & Camarillo, B. (2020). Desafíos de los Medios Alternativos de Solución de Controversias en el Derecho Mexicano Contemporáneo. <https://bit.ly/3sitCK9>

Schmitz, A., & Rule, C. (2018). THE NEW HANDSHAKE: ONLINE DISPUTE RESOLUTION AND THE FUTURE OF CONSUMER PROTECTION, Chapter 3, Lessons Learned on EBay, pp. 33-46 (American Bar Association Section on Dispute Resolution 2017) [El Nuevo Apretón de Manos: Resolución de Disputas en Línea y e. <https://bit.ly/35KW95K>

SCIAN (2002). INEGI. Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte. México.

SENACON (a). (2022). Sobre el Servicio. <https://bit.ly/3KxIMVj>

SENACON (b). (2022). Del Procedimiento de Queja. <https://bit.ly/37dW2A1>

Senado. (2020). Es hora de una profunda renovación del sistema de justicia: Ricardo Monreal. Boletín. <https://bit.ly/3l14W3D>

SERNAC (a). (2022). Historia del SERNAC. <https://bit.ly/3CzrMLv>

SERNAC (b). (2022). SERNAC: funciones, ámbitos de actuación y acciones colectivas. <https://bit.ly/3J0t1pr>

SERNAC (c). (2022). Compras por Internet y en el Extranjero. <https://bit.ly/3Jmz2Nm>

SERNAC (d). (2022). Políticas de Privacidad y Protección de Datos Personales. <https://bit.ly/3v36jHA>

SIC Facilita. (2019). Manual Usuario SIC Facilita. <https://bit.ly/3MiU6q9>

SIC Facilita. (2021). Sistema Alternativo de Resolución de Conflictos entre Titulares y Responsables del Tratamiento de Datos Personales. <https://bit.ly/36UjWkx>

SIC Facilita. (2021). Sitio de Plataforma SIC Facilita. <https://bit.ly/3Ca6XGu>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2018). La herramienta 'Sic Facilita' celebra dos años solucionando la vida de los consumidores y proveedores. <https://bit.ly/3tp9toq>

UNCTAD. (2017). Protección de los Consumidores en el Comercio Electrónico. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. <https://bit.ly/3rntudt>

UNCTAD. (2020). COVID-19 has changed online shopping forever, survey shows [COVID-19 ha cambiado las compras en línea para siempre, muestra encuesta]. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. <https://bit.ly/3vJ1i5p>

UNCTAD. (2021). El comercio electrónico mundial Alcanza los 26,7 mil millones de dólares mientras COVID-19 impulsa las ventas en línea. Obtenido de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. <https://bit.ly/3qi6I6b>

Varón, L. (2021). Protección al consumidor colombiano en el marco del comercio electrónico transfronterizo. <https://bit.ly/3iz2sMw>

Vélez, E. (2008). El Comercio al Por Mayor y al Por Menor en Sonora. Principales Conceptos del Sector Comercio. <https://bit.ly/3rlkgOL>

Vilalta, A. (2013). Mediación y Arbitraje Electrónicos. Aranzadi, SA.

ANEXO

Tabla 1.

Lineamientos Internacionales en Materia de Resolución Extrajudicial de Controversias. Objetivos, Principios y Características del Procedimiento.

LINEAMIENTOS	OBJETIVO	PRINCIPIOS	CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO
Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a Consumidores (2007)	Aplicarse únicamente a aquellas quejas iniciadas por los consumidores contra un proveedor, no de un proveedor a un consumidor	Respeto de Garantías Transparencia Eficiencia Equidad	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores deberían tener acceso a procedimientos que no impongan un costo desproporcionado al valor de la reclamación en juego <ul style="list-style-type: none"> Estos mecanismos deberían diseñarse para ser lo suficientemente accesibles y fáciles de usar con el fin de permitir a los consumidores elegir y conducir el procedimiento sin necesidad de representación o ayuda jurídica en la medida de lo posible
Directiva 2013/11/UE	Contribuir a lograr un alto nivel de protección de los consumidores mediante las medidas que adopte	Asequibilidad Transparencia Flexibilidad Rapidez Calidad (de la toma de decisiones) Independencia Legalidad Equidad Imparcialidad Efectividad	<ul style="list-style-type: none"> Una entidad de resolución alternativa que funcione correctamente debe resolver con celeridad los procedimientos de resolución de litigios, ya sea o no en línea, y dar a conocer el resultado del procedimiento de resolución alternativa en un plazo de noventa días naturales contado desde la fecha en que haya recibido el expediente de reclamación completo, incluida toda la documentación pertinente relativa a la reclamación El tratamiento de información relativa a los litigios regulados por la presente Directiva debe cumplir las normas sobre protección de datos personales establecidas en las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros Las entidades de resolución alternativa que ofrezcan la resolución de litigios a través de tales procedimientos deben

Reglamento (UE) N ^o 524/2013	Creación de una plataforma de resolución de litigios en línea que ofrece a los consumidores y a los comerciantes una ventanilla única para la resolución extrajudicial de litigios en línea mediante entidades de resolución alternativa que estén vinculadas a esa plataforma y que ofrecen la resolución alternativa a través de procedimientos de calidad.	Equidad Transparencia Respeto de Garantías Procesales Independencia Especialización Consentimiento Rendición de Cuentas	someterse a una evaluación periódica de su cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos en la presente Directiva, incluidos los requisitos complementarios específicos para garantizar su independencia
Notas Técnicas de la CNUDMI sobre la Solución de Controversias en Línea (2016)	Promover el desarrollo de la ODR. Que éstas se utilicen para resolver controversias emanadas de contratos transfronterizos de compra-venta o de servicios de poca cuantía celebrados por medios de comunicación electrónicos	Asequibilidad Transparencia Flexibilidad Rapidez Calidad (de la toma de decisiones) Legalidad Imparcialidad Equidad Confidencialidad Independencia	<ul style="list-style-type: none"> • Los Estados miembros deben animar a los consumidores a que, antes de someter su reclamación a una entidad de resolución alternativa a través de la plataforma de resolución de litigios en línea, se ponga en contacto con el comerciante por cualquier medio adecuado con el fin de resolver el litigio de forma amistosa • La plataforma de resolución de litigios en línea debe ofrecer una función de traducción electrónica que permita a las partes y a la entidad de resolución alternativa disponer de la información que se intercambie a través de la plataforma de resolución de litigios en línea y que resulte necesaria para la resolución del litigio, en su caso en versión traducida. Dicha función debe poder tratar todas las traducciones necesarias y apoyarse en una intervención humana, si fuera necesario • Normas para garantizar que la resolución de litigios no exija la comparecencia de las partes o de sus representantes ante la entidad de resolución alternativa, salvo que sus normas de procedimiento contemplen esa posibilidad y las partes presten su consentimiento

Tabla de elaboración propia a partir de la información recopilada y analizada de los instrumentos internacionales antes mencionados.

Tabla 2.

Plataformas Internacionales en Materia de Resolución Extrajudicial de Controversias. Objetivos y Pretensiones y/o Motivos ante las que Proceden.

Plataforma	Objetivo	Pretensiones y/o Motivos ante los Cuales Procede la Apertura del Procedimiento Extrajudicial de Resolución de Controversias	Características del Procedimiento Extrajudicial de Resolución de Controversias
SIC FACILITA (Colombia)	Herramienta virtual facilitadora para que consumidores y proveedores alcancen acuerdos sobre reclamaciones relacionados con derechos del consumidor. Agilizar los procesos, evitar llegar a una demanda, y así puedan conciliar de forma fácil, rápida, con contacto directo entre consumidores y proveedores y mediada por la Superindustria.	Motivos: Perjuicios por Publicidad e Información engañosa Cláusulas Abusivas Porque se vulneró alguno de los derechos del consumidor Pretensiones: Devolución de dinero Cambio por un bien nuevo o de características similares O cualquier otra pretensión que estime legítima	Si el proveedor respecto del cual se quiere interponer la queja no está inscrito en el programa SIC Facilita no se puede llevar a cabo el procedimiento en la misma. Sin embargo, el consumidor puede recibir asesoría para conocer otras opciones para la resolución de su controversia.
SERNAC (Chile)	Proteger a los consumidores de Chile a través de la atribución de mediar en los conflictos de consumo entre las empresas y consumidores. Buscar una relación más equitativa con empresas y realizar mediaciones entre empresas y consumidores	Motivos: Puede reclamar cualquier problema que tenga con la empresa, siempre y cuando éste vulnere sus derechos como consumidor. Por ejemplo: Algún cobro indebido Una garantía que no se haya respetado Si no se brindó la información necesaria para tomar la decisión de celebrar, o no, el contrato No se recibió el producto o servicio, estaba dañado o no correspondía a lo promocionado	Reclamo puede dirigirse a una empresa nacional o extranjera. No obstante, si es una empresa extranjera ésta debe tener representación en el país, es decir, Chile. Al contactar el SERNAC a la empresa para dar aviso del reclamo ésta puede decir colaborar o no, desafortunadamente no existe ninguna consecuencia jurídica para la empresa si decide no cooperar.
Plataforma De Resolución De	Brindarle ayuda, principalmente, a los consumidores para resolver	Puede presentarse una reclamación ante la Plataforma RLL al considerarse vulnerado alguno de los derechos del consumidor como:	La Plataforma RLL hace llegar la reclamación a la empresa, ésta puede responder o no. No obstante, el

Litigios En Línea (Unión Europea)	litigios sobre compras en la red sin tener que llegar a los tribunales.	Que no se realice la entrega Prácticas abusivas Garantías y devoluciones no válidas	consumidor tiene la oportunidad de recibir orientación respecto a qué alternativas tiene para solucionar la controversia. Plataforma RLL no se encarga de resolver la controversia, únicamente funge como enlace entre el consumidor y el proveedor, para que se elija un organismo autorizado para resolver dicho conflicto, siempre y cuando la empresa decida responder a la reclamación del consumidor.
Consumidor.gov.br (Brasil)	Servicio público que permite el diálogo directo entre consumidores y empresas para resolver disputas de consumo a través de internet, de forma eficaz sin necesidad de acudir a un tribunal.	Consumidores pueden presentar una queja, resultado de una vulneración a sus derechos, tales como: Prácticas en el suministro de productos y servicios peligrosos o nocivos que pongan en riesgo la vida, salud y seguridad del consumidor Prácticas o cláusulas abusivas. Que los productos o servicios no hayan sido prestados de forma adecuada.	En la Plataforma Consumidor la empresa no tiene otra opción más que responder a la queja del consumidor puede que ésta previamente se inscribió a dicha plataforma, y que ésta no recibe inscripciones más que de empresas que estén comprometidas a resolver las quejas que se puedan llegar a presentar en su contra. Si el consumidor quiere presentar una queja contra una empresa que no esté registrada no podrá hacerlo, la única opción que tendrá en este caso será sugerir a la Plataforma Consumidor que dicha empresa se incorpore a la plataforma. Por lo que si no se llega a un acuerdo o éste no resulta satisfactorio para el consumidor, la única opción restante para éste es acudir a los tribunales.
Centro De Resolución De Disputas De eBay	Optimizar la forma de resolver las controversias que se lleguen a presentar en el sitio, a la vez que se protege tanto al vendedor como al	Tratándose de un sitio de compra y venta en línea se puede iniciar un procedimiento de resolución de disputa cuando:	El sitio de eBay cuenta con un sistema automatizado para la resolución de disputa. Este funciona a partir de la recolección de información sobre

(Privada)	comprador pues ambas partes son el pilar del sitio.	Se pagó por un artículo pero nunca se recibió o no era lo que se esperaba o publicitaba El artículo estaba dañado o no servía. No se recibió el reembolso. Se añaden incluso soluciones posibles, según el problema de que se trate.	transacciones y disputas presentadas en el sitio a fin de sugerir posibles soluciones a los usuarios. Si los usuarios no pueden solucionar la controversia de esta forma pueden recurrir a la plataforma de SquareTrade, éste es el proveedor favorito de ODR de eBay fuera de su sistema automatizado. Este no tiene ningún costo, salvo que las partes opten por contar con un mediador que los ayude a guiar el proceso y favorecer la comunicación.
-----------	---	---	--

Tabla de elaboración propia a partir de la información recopilada y analizada de las plataformas internacionales antes mencionadas.

Tabla 3.

Plataformas Internacionales en Materia de Resolución Extrajudicial de Controversias. Mecanismos Utilizados en el Procedimiento, Duración del Procedimiento y Accesibilidad para Consumidores Residentes en el Extranjero.

Plataforma	Mecanismo(s) Utilizado(s) Para Resolver La Controversia	Duración Promedio Del Procedimiento	Accesibilidad Para Consumidores Residentes En El Extranjero
CONCILIANET	Conciliación	34 días	Únicamente disponible para consumidores residentes de territorio mexicano. Debido a que para realizar el registro en la plataforma es necesario señalar un domicilio ubicado en México.
SIC FACILITA	Negociación	15 días hábiles	Accesible para consumidores y proveedores residentes de territorio colombiano que cuenten con una identificación que los acredite como ciudadanos o residentes legales de dicho país
SERNAC	Mediación	18 días hábiles	Cualquier consumidor que resida en territorio chileno, contando con una identificación oficial y únicamente en contra de empresas nacionales o extranjeras con representación en Chile
Plataforma de Resolución de Litigios en Línea	N/A	30 días aproximadamente	Disponible para todos los consumidores residentes de la UE, Noruega, Islandia o Liechtenstein. En cualquiera de los 23 idiomas que se manejan en la Unión Europea.
Consumidor.gov.br	Negociación	30 días	Únicamente disponible para consumidores nacionales o extranjeros que residan en territorio brasileño
eBay	Negociación /Conciliación	1 día – eBay 10 días aprox. – SquareTrade	Sí, accesible para consumidores de todo el mundo en el sitio del país en cuestión

Tabla de elaboración propia a partir de la información recopilada y analizada de las plataformas internacionales antes mencionadas.

