

Régimen  
jurídico general  
de la contratación  
a distancia  
con consumidores

JOSÉ RUIZ ESPINOSA

## *Índice General*

	<i><u>Página</u></i>
PRÓLOGO .....	23
ABREVIATURAS.....	25
I	
INTRODUCCIÓN .....	27
II	
CONTRATOS CELEBRADOS A DISTANCIA CON CONSUMIDORES.....	33
1. Contrato celebrado a distancia y la imposibilidad de acce- so al bien o servicio del consumidor .....	36
2. El empresario debe operar a través de un «sistema orga- nizado».....	37
3. Empleo de técnicas de comunicación a distancia.....	38
3.1. Vía telefónica.....	39
3.1.1. Comunicación destinada a resolver cuestiones relativas al contrato .....	39
3.1.2. Comunicación dirigida a la celebración del con- trato .....	40
3.2. Vía electrónica.....	41

### III

<b>RÉGIMEN SUSTANTIVO APLICABLE AL CONTRATO A DISTANCIA CELEBRADO CON CONSUMIDORES .....</b>	<b>45</b>
<b>1. Circunstancias que justifican su especial regulación: déficit de información .....</b>	<b>46</b>
<b>2. Encuadramiento sistemático .....</b>	<b>47</b>
<b>3. Relación entre el régimen general y el régimen especial .</b>	<b>49</b>
<b>4. Exclusiones.....</b>	<b>50</b>
<b>5. Restricciones .....</b>	<b>53</b>
<b>6. Ley aplicable a contratos a distancia con elemento internacional .....</b>	<b>54</b>
6.1. <i>Introducción .....</i>	54
6.2. <i>Ley aplicable y cláusulas abusivas .....</i>	54
6.3. <i>Competencia judicial y reconocimiento de resoluciones ...</i>	55
6.3.1. La competencia judicial internacional en contratos con consumidores se rige por el Reglamento (UE) 1215/2012 (Bruselas I bis), arts. 17 a 19.....	55
6.3.2. Reconocimiento y ejecución .....	55
6.4. <i>Criterios de determinación de la ley aplicable (Reglamento Roma I) .....</i>	55
6.4.1. Regla protectora.....	55
6.4.2. Presupuestos: «actividad dirigida» y conexión del contrato.....	56
6.4.3. Falta de elección de ley .....	56
6.4.4. Elección de ley y control de transparencia....	56
6.4.5. Consumidor activo (contratación fuera de actividad dirigida).....	57
6.5. <i>Exclusiones del art. 6.4 Roma I. ....</i>	57
6.6. <i>Protección del consumidor en contratos con elemento internacional en el marco del TRLGDCU .....</i>	58

	<u><i>Página</i></u>
6.6.1.    Ámbito y «vínculo estrecho» (art. 67.2 TRLGDCU) .....	58
6.6.2.    Irrenunciabilidad y nulidad de cláusulas limitativas .....	59
6.6.3.    Elección de ley y transparencia material .....	59
6.6.4.    Coordinación con Roma I y Bruselas I bis; prueba del Derecho extranjero .....	59
6.6.5.    Alcance material: control de condiciones y régimen de conformidad .....	59
IV	
<b>FORMACIÓN DEL CONTRATO A DISTANCIA CON CONSUMIDORES .....</b>	<b>61</b>
<b>1.    Introducción .....</b>	<b>61</b>
<b>2.    Fundamento .....</b>	<b>63</b>
<b>3.    Encuadramiento sistemático .....</b>	<b>64</b>
3.1. <i>Información precontractual</i> .....	65
3.2. <i>Invitación a celebrar el contrato a través de las reseñas</i> ...	66
<b>4.    Elementos sustantivos de la obligación de informar .....</b>	<b>67</b>
4.1. <i>Información precontractual</i> .....	67
4.2. <i>Reseñas realizadas por los consumidores</i> .....	75
4.2.1.   Concepto, función y encaje normativo .....	75
4.2.2.   Deberes del empresario cuando muestra reseñas en su canal .....	75
4.2.3.   Política de reseñas: contenido mínimo recomendable .....	76
4.2.4.   Responsabilidad, ejecución y prueba. ....	77
<b>5.    Elementos formales del contrato .....</b>	<b>77</b>
5.1. <i>Caracteres generales</i> .....	77
5.2. <i>Tipología de medios empleados</i> .....	78
5.2.1.   Vía telefónica .....	79
5.2.2.   Vía Electrónica .....	79

	<i><u>Página</u></i>
<b>6. Consecuencias del incumplimiento del deber de informar.</b>	<b>81</b>
6.1. <i>Vía jurídico-administrativa</i> .....	81
6.1.1. Contratación a distancia en general (TRLGDCU).....	82
6.1.2. Contratación electrónica (LSSICE).....	82
6.2. <i>Vía jurídico-privada (civil)</i> .....	83
6.2.1. Incumplimientos formales.....	83
6.2.2. Incumplimientos materiales de la información.	84
6.2.3. Coordinación con el Derecho común .....	84
<b>7. Deber de confirmación del contrato y consecuencias de su incumplimiento.</b> .....	<b>85</b>
7.1. <i>Contenido y alcance del deber de confirmación</i> .....	85
7.2. <i>Consecuencias del incumplimiento</i> .....	86
7.2.1. Orden jurídico-administrativo .....	87
7.2.2. Orden jurídico-privado (civil) .....	87
<b>8. Comunicaciones comerciales y tutela del consumidor</b> ....	<b>89</b>
8.1. <i>Introducción</i> .....	89
8.2. <i>Antecedentes</i> .....	90
8.3. <i>Fundamento</i> .....	91
8.4. <i>Elementos definidores</i> .....	93
8.4.1. Propuesta comercial .....	93
8.4.2. Utilización de medios de comunicación a distancia. ....	94
8.4.3. Relación entre empresario y consumidor.....	96
8.5. <i>Tutela legal del consumidor ante propuestas comerciales</i> ..	97
8.5.1. Comunicaciones comerciales a distancia en general .....	98
8.5.2. Comunicaciones comerciales efectuadas por vía telefónica. ....	103
8.5.3. Propuestas comerciales efectuadas por medios electrónicos .....	104

V

<b>PERFECCIÓN DEL CONTRATO A DISTANCIA CON CONSUMIDORES</b> .....	107
<b>1. Introducción</b> .....	107
<b>2. Encuadramiento sistemático</b> .....	110
<b>3. Perfección del contrato</b> .....	111
3.1. <i>Oferta contractual</i> .....	111
3.2. <i>Aceptación</i> .....	112
<b>4. Lugar de celebración del contrato</b> .....	113
4.1. <i>Contratos concluidos por teléfono</i> .....	113
4.2. <i>Contratos electrónicos</i> .....	113
<b>5. Momento de perfección (<i>dies consensus</i>)</b> .....	114
5.1. <i>Comunicaciones con intervención humana (teléfono y correo electrónico)</i> .....	114
5.2. <i>Dispositivos automáticos y páginas web interactivas</i> .....	115
5.3. <i>Efectos sistemáticos</i> .....	115

VI

<b>EJECUCIÓN DEL CONTRATO CELEBRADO A DISTANCIA</b> .	117
<b>1. Introducción</b> .....	117
<b>2. Cumplimiento e incumplimiento</b> .....	118
2.1. <i>Obligación de entrega y deber correlativo de recepción</i> ....	118
2.2. <i>Obligación de entrega y suministro</i> .....	119
2.2.1. <i>Riesgo</i> .....	119
2.2.2. <i>Plazo</i> .....	120
<b>3. Incumplimientos de entrega: tutela escalonada del consumidor</b> .....	121
<b>4. Falta de disponibilidad y sustitución del bien o servicio contratado</b> .....	122

	<u><i>Página</i></u>
<b>5. Garantías legales en el pago con tarjeta .....</b>	<b>122</b>
5.1. <i>Anulación del cargo en el pago con tarjeta .....</i>	<i>124</i>
5.2. <i>Revocación del pago indebido a instancia del consumidor .</i>	<i>125</i>
 <b>VII</b>	
<b>LA GARANTÍA LEGAL DE CONFORMIDAD .....</b>	<b>127</b>
<b>1. Introducción .....</b>	<b>128</b>
<b>2. Antecedentes .....</b>	<b>129</b>
<b>3. Delimitación conceptual y encuadramiento sistemático ..</b>	<b>131</b>
<b>4. Ámbito regulador.....</b>	<b>133</b>
4.1. <i>Subjetivo .....</i>	<i>133</i>
4.1.1. El empresario.....	133
4.1.2. Productor .....	133
4.1.3. Proveedor.....	134
4.2. <i>Objetivo .....</i>	<i>135</i>
4.3. <i>Bienes con elemento digital .....</i>	<i>136</i>
4.4. <i>Suministro de contenidos o servicios digitales .....</i>	<i>138</i>
4.4.1. Contenidos digitales.....	138
4.4.2. Servicios digitales .....	139
4.5. <i>Supuestos excluidos .....</i>	<i>141</i>
<b>5. Conformidad de bienes y contenidos o servicios digitales .</b>	<b>144</b>
5.1. <i>Concepto y caracteres.....</i>	<i>144</i>
5.2. <i>Distinción de figuras afines: la garantía comercial .....</i>	<i>145</i>
5.3. <i>Criterios subjetivos de conformidad .....</i>	<i>147</i>
5.3.1. Descripción, tipo, cantidad y calidad.....	147
5.3.2. Funcionalidad, compatibilidad, interoperabili- dad y demás características.....	147
5.3.3. Aptitud para fines específicos .....	148
5.3.4. Accesorios, instrucciones y asistencia .....	148
5.4. <i>Criterios objetivos de conformidad .....</i>	<i>149</i>

	<u><i>Página</i></u>
5.4.1. Aptitud para un uso normal . . . . .	149
5.4.2. Correspondencia con la muestra o modelo. . . .	150
5.4.3. Accesorios, embalaje y accesorios . . . . .	150
5.4.4. Cantidad, cualidades y demás características que el consumidor pueda razonablemente es- perar . . . . .	150
5.4.5. Las declaraciones públicas realizadas por el empresario y productor . . . . .	153
5.4.6. Exclusiones y modulaciones del estándar obje- tivo . . . . .	154
5.5. <i>Actualizaciones</i> . . . . .	154
5.6. <i>Conformidad jurídica y derechos de terceros en el uso del contenido digital</i> . . . . .	156
5.6.1. Marco normativo y conceptos básicos . . . . .	156
5.6.2. Conformidad del contenido digital. . . . .	157
5.6.3. Análisis de la conformidad del contenido digital	157
5.6.4. Derechos de autor y restricciones de uso . . . .	158
5.6.5. Aplicación práctica y responsabilidad del em- presario. . . . .	158
<b>6. Medidas jurídicas destinadas a la puesta en conformidad .</b>	<b>159</b>
6.1. <i>Concepto y naturaleza</i> . . . . .	159
6.2. <i>Remedios disponibles.</i> . . . . .	160
6.3. <i>Orientación política y aplicación práctica</i> . . . . .	161
6.4. <i>Características.</i> . . . . .	162
6.4.1. Carácter gratuito . . . . .	162
6.4.2. Ejecución en un plazo razonable . . . . .	162
6.4.3. Sin mayores inconvenientes para el consumi- dor. . . . .	163
6.5. <i>Ejercicio de la falta de conformidad</i> . . . . .	164
6.5.1. Presunción de entrega o suministro. . . . .	164
6.5.2. Plazos para manifestar y hacer valer la falta de conformidad . . . . .	164



	<i><u>Página</u></i>
6.5.3. Acción de repetición .....	166
6.6. <i>Remedios primarios: reparación o sustitución</i> .....	166
6.6.1. Modificación del contrato en contenidos o servicios digitales .....	167
6.6.2. Reparación .....	167
6.6.3. Sustitución .....	168
6.7. <i>Remedios subsidiarios</i> .....	169
6.7.1. Fundamento y caracteres .....	169
6.7.2. Reducción del precio .....	171
6.7.3. Resolución contractual. ....	171
VIII	
<b>DERECHO DE DESISTIMIENTO</b> .....	179
1. <b>Introducción</b> .....	179
2. <b>Antecedentes</b> .....	180
3. <b>Concepto y fundamento</b> .....	181
4. <b>Naturaleza jurídica</b> .....	183
5. <b>Atribución general del derecho de desistimiento y excepciones</b> .....	184
6. <b>Ejercicio: con especial atención a los aspectos formales</b> ..	186
6.1. <i>Modalidades de ejercicio del derecho de desistimiento</i> .....	187
6.2. <i>Cómputo del plazo</i> .....	188
6.3. <i>Efectos formales del ejercicio</i> .....	189
7. <b>Plazos para desistir y su clasificación</b> .....	189
7.1. <i>Clasificación general</i> .....	189
7.2. <i>Desarrollo de los plazos</i> .....	190
8. <b>Efectos y obligaciones</b> .....	190
8.1. <i>Concepto y naturaleza jurídica</i> .....	190
8.2. <i>Obligaciones y derechos del empresario</i> .....	191
8.2.1. Deber de información .....	191

	<u>Página</u>
8.2.2. Reembolso del pago . . . . .	192
8.3. <i>Tratamiento de los datos (contratos digitales)</i> . . . . .	192
8.4. <i>Prueba del ejercicio y efectos temporales</i> . . . . .	193
8.5. <i>Obligaciones y responsabilidad del consumidor tras el desistimiento</i> . . . . .	193
8.5.1. Entrega de los bienes . . . . .	193
8.5.2. Costes imputables al consumidor . . . . .	193
8.6. <i>Efectos del desistimiento sobre contratos complementarios o vinculados</i> . . . . .	195
8.6.1. Fundamento . . . . .	195
8.6.2. Alcance . . . . .	196

## IX

### **CONTROL DE LA OBSERVANCIA DE LA REGULACIÓN SOBRE CONTRATACIÓN A DISTANCIA CON CONSUMIDORES . . . . .**

<b>1. Control administrativo en materia de consumo . . . . .</b>	<b>199</b>
1.1. <i>Introducción</i> . . . . .	199
1.2. <i>Tipicidad, clases de infracciones y gradación de sanciones</i>	201
1.2.1. Infracciones por el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas . . . . .	201
1.2.2. Infracciones relativas al deber de informar . . . . .	203
1.2.3. Infracciones relativas a la ejecución del contrato y a la limitación del derecho de desistimiento . . . . .	204
1.3. <i>Concurrencia de sanciones por los mismos hechos</i> . . . . .	205
1.3.1. Alcance y criterios de aplicación . . . . .	205
1.3.2. Reglas de preferencia y coordinación . . . . .	206
1.3.3. Identidad de sujeto y efectos procedimentales	206
1.3.4. Buenas prácticas de técnica sancionadora . . . . .	207
1.4. <i>Procedimiento sancionador</i> . . . . .	207
1.4.1. Garantías y estructura del procedimiento . . . . .	207

	<u><i>Página</i></u>
1.4.2. Medidas y sanciones .....	208
1.4.3. Restitución e indemnización .....	208
1.5. <i>Competencia sancionadora de materia de consumo</i> .....	208
1.5.1. Comunidades Autónomas .....	209
1.5.2. Agencia Española de Protección de Datos ....	209
1.5.3. Administración General del Estado (órganos estatales de coordinación) .....	209
1.5.4. Administración local. ....	210
1.5.5. Organismos de la Unión Europea .....	211
<b>2. Tutela judicial de los consumidores y usuarios</b> .....	212
2.1. <i>Introducción</i> .....	212
2.2. <i>Enquadramiento sistemático</i> .....	213
2.3. <i>Competencia judicial</i> .....	214
2.3.1. Territorial (foro interno) .....	214
2.3.2. Objetiva .....	214
2.3.3. Internacional (elemento transfronterizo) ....	215
2.4. <i>Legitimación activa</i> .....	216
2.4.1. Legitimación del consumidor afectado .....	217
2.4.2. Legitimación de las asociaciones de consumi- dores .....	217
2.4.3. Procesos con consumidores determinados (art. 11.2 LEC) .....	219
2.4.4. Procesos con consumidores indeterminados (art. 11.3 LEC) .....	220
2.5. <i>Reforma en materia de acciones colectivas</i> .....	220
2.5.1. Modelo opt-out (exclusión) .....	221
2.5.2. Modelo opt-in (adhesión) .....	221
2.6. <i>Cuestiones procesales</i> .....	222
2.6.1. Acumulación de procesos .....	222
2.6.2. Medidas cautelares .....	223
2.6.3. Prueba .....	223

	<u><i>Página</i></u>
2.6.4. Efectos de las sentencias.....	223
X	
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>227</b>
XI	
<b>JURISPRUDENCIA .....</b>	<b>261</b>

e) Oferta vinculante e invitación a contratar. Las fichas de producto y listados suelen operar como invitación a contratar (*invitatio ad offerendum*). La oferta se torna vinculante cuando, por su contenido y contexto, contiene los elementos esenciales y revela intención clara de obligarse<sup>32</sup>; en todo caso, el consumidor solo queda vinculado tras la acción inequívoca de confirmación en la pantalla final conforme al art. 98.2 TRLGDCU<sup>33</sup>.

## 6. CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO DEL DEBER DE INFORMAR

El régimen de tutela del deber informativo en la contratación a distancia es necesariamente compuesto: conviven remedios administrativos y civiles, sin un «código de sanciones» unificado. Aun así, el marco positivo sí fija efectos claros en: i) la fase de perfección/validez del contrato y ii) el control *ex post* de la conducta empresarial<sup>34</sup>.

### 6.1. VÍA JURÍDICO-ADMINISTRATIVA

Las infracciones en contratación a distancia se encauzan por dos marcos complementarios: i) el TRLGDCU —competencia ordinaria de las Comunidades Autónomas y, en supuestos de afectación generalizada o dimensión transfronteriza, de la Administración General del Estado—; y ii) la LSSICE para los servicios de la sociedad de la información, con un régimen sancionador específico y una atribución singular a la AEPD en materias de comunicaciones comerciales electrónicas y cookies. Las cuantías y criterios de graduación se rigen por los arts. 46-52 ter TRLGDCU y por el Título VII LSSICE, respectivamente.

32. GUILLÉN CATALÁN, R., *Oferta Contractual y Nuevas Tecnologías*, Aranzadi, Cizur Menor, 2009, pp. 76-77; HERNÁNDEZ PAULSEN, G., La obligación precontractual de la entidad de crédito e informar al cliente en los servicios bancarios y de inversión, Madrid, Marcial Pons, 2014, p. 112.

33. HOFFMANN, J., «Die Buttonlösung bei grenzüberschreitenden Vertragsschlüssen», *IPRax*, n.º 35, 2015, p. 194. En el mismo sentido, la ley francesa de 21 de junio de 2004, capítulo VII de la Loi 204-575 du 21 de juin de 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (JO n.º 143 de 22 de junio de 2004, p. 11168) «para que el contrato sea concluido válidamente, el destinatario de la oferta debe haber tenido la posibilidad de verificar los detalles de su pedido, precio total y de corregir eventuales errores antes de confirmar para emitir su aceptación».

34. WILHELMSSON, T., «Private Law Remedies against the Breach of Information Requirements of EC Law», *Informationspflichten und Vertragsschluss im Acquis Communautaire*, Mohr Siebeck, 2003, p. 247; CÁMARA LAPUENTE, S., Comentario al artículo 60 TRLGDCU, *Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, 2011, p. 509; TWIGG-FLESNER, C., «La Directiva sobre derecho de los consumidores en el contexto del Derecho de consumo en la Unión Europea», CÁMARA LAPUENTE, S., ARROYO AMAYUELAS, E., *Revisión de normas europeas y nacionales de protección a los consumidores*, Civitas, 2012, p. 95.

En el ámbito de la LSSICE, la competencia sancionadora se distribuye del modo siguiente: la imposición de sanciones por infracciones muy graves corresponde a la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y, por las graves y leves, a la persona titular de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial; con carácter especial, corresponde a la Agencia Española de Protección de Datos la imposición de sanciones por las infracciones tipificadas en los arts. 38.3 c), d) e i) y 38.4 d), g) y h) (envío de comunicaciones comerciales electrónicas; uso de cookies y revocación del consentimiento) (art. 43.1 LSSICE). Las cuantías de las multas fijadas por la LSSICE son: leves, hasta 30.000 €; graves, de 30.001 a 150.000 €; y muy graves, de 150.001 a 600.000 €, con posibles sanciones accesorias (art. 39 LSSICE).

### **6.1.1. Contratación a distancia en general (TRLGDCU)**

El art. 52 bis TRLGDCU concreta la distribución competencial y el criterio territorial —incluida la localización del daño en Internet en el domicilio del consumidor—.

a) Cuantía de las multas. Hay tres tramos (art. 49): leves, 150-10.000 €; graves, 10.001-100.000 €; muy graves, 100.001-1.000.000 €, con posibilidad de multiplicadores sobre el beneficio ilícito. En supuestos del Reglamento (UE) 2017/2394, la multa por muy graves puede alcanzar el 4 % del volumen de negocio anual en España (o, si se desconoce, hasta 2.000.000 €); b) sanciones accesorias. Además de la multa, pueden acordarse: decomiso y publicación de las sanciones firmes (art. 52 TRLGDCU), con publicación obligatoria en muy graves y en los casos del Reglamento (UE) 2017/2394.

### **6.1.2. Contratación electrónica (LSSICE)**

Se tipifica, entre otras, como infracción grave: i) la falta de puesta a disposición de las condiciones generales y demás información precontractual en la forma del art. 27 LSSICE [art. 38.3.e)]; y ii) el incumplimiento habitual del deber de acusar recibo/confirmar el pedido del art. 28 [art. 38.3. f)]. Las sanciones se graduarán conforme a los arts. 39-43 LSSICE. La AEPD es competente para los incumplimientos de los arts. 21 (comunicaciones comerciales no solicitadas) y 22 (cookies), ex art. 43.1 LSSICE.

Este régimen se coordina con el TRLGDCU cuando la conducta afecte también a deberes informativos frente a consumidores: podrá integrar simultáneamente infracción de consumo con arreglo al Título IV TRLGDCU (arts. 46-52 ter), respetando el principio *non bis in idem*. Las franjas sancionadoras del TRLGDCU son: leves, 150-10.000 €; graves, 10.001-100.000 € (o hasta el quíntuplo del beneficio ilícito); muy graves, 100.001-1.000.000 €, con los límites reforzados del Reglamento (UE) 2017/2394. La determinación de la administración competente se rige por los arts. 47 y 52 bis TRLGDCU; si la infracción

produce efectos interautonómicos generalizados o dimensión transfronteriza, puede asumirla la Administración General del Estado (art. 52 bis.5 TRLGDCU).

## 6.2. VÍA JURÍDICO-PRIVADA (CIVIL)

### 6.2.1. Incumplimientos formales

Cuando el empresario no obtiene la confirmación del contrato en soporte duradero en los términos de los arts. 98.6 y 98.7 TRLGDCU (v. gr., contratación telefónica confirmada por escrito o en otro soporte duradero), el negocio es anulable a instancia del consumidor (art. 100.1 TRLGDCU), sin que el empresario pueda ampararse en esa causa de nulidad (art. 100.2) y asumiendo éste la carga de la prueba del cumplimiento (art. 100.3).

En contratación por medios electrónicos, además, si el botón o función que finaliza el pedido no está rotulado de manera clara con una fórmula equivalente a «pedido con obligación de pago», el consumidor no queda obligado por el pedido o contrato (art. 98.2 TRLGDCU; STJUE de 7 de abril de 2022, C-249/21). Estas soluciones cumplen una finalidad preventiva y tuitiva: i) incentivan la diligencia informativa del empresario en la fase de formación; y ii) salvaguardan la libertad de decisión del consumidor, que solo queda vinculado tras una aceptación informada y trazable<sup>35</sup>.

a) Botón/función de pedido con obligación de pago. Si el botón o mecanismo final no indica de forma clara e inequívoca que el pedido implica obligación de pago, el consumidor no queda obligado por el contrato o pedido (art. 98.2 II TRLGDCU; interpretación conforme: STJUE de 24 de febrero de 2022, C-536/20, apartado 54; STJUE de 7 de abril de 2022, C-249/21, apartados 26-28).

b) Contratación telefónica. Cuando se ofrece por teléfono, la oferta debe confirmarse en soporte duradero y el contrato solo despliega efectos tras la aceptación del consumidor por ese mismo medio (arts. 98.6 y 98.7 TRLGDCU). En defecto de esa aceptación en soporte duradero, no hay vinculación eficaz del consumidor.

c) Confirmación contractual y soporte duradero. Tras la perfección, el empresario debe remitir sin demora confirmación en soporte duradero con el contenido esencial (art. 98.1 TRLGDCU). La carga de la prueba del cumplimiento de los deberes informativos y formales recae sobre el empresario (art. 100 TRLGDCU). Si el empresario no acredita ese cumplimiento, el consumidor podrá articular la tutela civil pertinente (ineficacia/anulabilidad y restituciones

---

35. TWIGG-FLESSNER, C., METCALFE, D., «The proposed consumer rights directive-less haste, more thought?», *European Review of Contract Law*, 2009, p. 380; BEDNARZ, Z., *Breach in the information duties in the B2C e commerce: a comparative perspective*, Marcial Pons, Madrid, 2019, p. 155; MIRANDA SERRANO, L. M., «La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores...», *op. cit.*, p. 19.

ex arts. 1300 ss. del Código Civil; resolución por incumplimiento ex art. 1124 Código Civil), además de las acciones de cese/remoción cuando concorra práctica desleal.

### **6.2.2. Incumplimientos materiales de la información**

La infracción del contenido material del deber de información no es un mero defecto formal: afecta a la formación misma del consentimiento y distorsiona el equilibrio del contrato. Por ello, el TRLGDCU articula remedios automáticos y tutivos cuando faltan datos esenciales —especialmente los relativos al desistimiento, al precio total y cargos asociados y a la naturaleza esencial de la oferta—. En estos supuestos, la ley reconfigura los efectos del contrato (prórroga o reapertura del plazo de desistimiento, inexigibilidad de gastos no informados) y, además, habilita la respuesta represiva frente a las omisiones engañosas, acumulable al cauce sancionador. Este apartado sistematiza esos tres núcleos de tutela y su coordinación con la LCD y el régimen sancionador de consumo.

a) Derecho de desistimiento. La falta de información correcta sobre la existencia, plazo y modo de ejercicio del desistimiento prorroga el plazo en 12 meses; si la información se facilita dentro de ese período, el consumidor dispone entonces de 14 días desde su recepción [art. 105 TRLGDCU; conexión con arts. 97.1.j), k), l) y 97.4 TRLGDCU]. El cómputo ordinario del plazo se rige por el art. 104 TRLGDCU.

b) Precio y cargos adicionales. La ausencia de información previa clara sobre el precio total (impuestos y todos los gastos adicionales, como transporte o entrega) impide su repercusión: tales cargos no son exigibles al consumidor [arts. 97.1.e) y 97.6 TRLGDCU]. Lo mismo sucede con los costes de devolución en caso de desistimiento si no se informó de que corrían a cargo del consumidor [arts. 97.1.k) y 97.6 TRLGDCU].

c) Omisiones engañosas. La falta de información esencial puede constituir práctica desleal por omisión, con los remedios civiles correspondientes (cesación, remoción, indemnización) acumulables a la vía sancionadora (arts. 5 y 7 LCD; a efectos sancionadores en consumo, arts. 47 y 49 TRLGDCU).

### **6.2.3. Coordinación con el Derecho común**

El incumplimiento de los deberes informativos genera efectos tanto administrativos (régimen sancionador) como civiles (ineficacia o anulabilidad y demás remedios). En lo no específicamente regulado por el TRLGDCU, rige la remisión del art. 59.2 TRLGDCU al Derecho civil y mercantil general. Ello opera sin perjuicio del carácter preferente del régimen especial de conformidad, garantía comercial y servicios posventa de los arts. 114 a 127 bis TRLGDCU, aunque esta cuestión será abordada posteriormente; solo de forma supletoria



proceden, cuando sean aplicables, las acciones generales del Código Civil (cumplimiento, resolución por incumplimiento, daños) y, en su caso, el saneamiento por vicios ocultos<sup>36</sup>.

## 7. DEBER DE CONFIRMACIÓN DEL CONTRATO Y CONSECUENCIAS DE SU INCUMPLIMIENTO

### 7.1. CONTENIDO Y ALCANCE DEL DEBER DE CONFIRMACIÓN

El deber de confirmación persigue dotar al consumidor de certeza sobre la recepción y, en su caso, la aceptación de su pedido, reduciendo los riesgos propios de la contratación a distancia (duplicidades, silencio prolongado, errores de tramitación)<sup>37</sup>. De ahí que el ordenamiento imponga al empresario obligaciones específicas de acuse/confirmación en soporte duradero (arts. 98.1, 98.6 y 98.7 TRLGDCU; art. 28 LSSICE)<sup>38</sup>.

a) Momento: i) en contratación electrónica, el prestador debe acusar recibo de la aceptación sin demora indebida y, a más tardar, dentro de las 24 horas siguientes a su recepción [art. 28.1.a) LSSICE]; ii) en contratación telefónica, cuando la oferta se formula por teléfono, debe remitirse confirmación en soporte

36. HALL, E., HOWELLS, G., WATSON, J., «The Consumer Rights Directive—An Assessment of its Contribution to the Development of European Consumer Contract Law», *European Review of Contract Law*, 2012, vol. 8, n.º 2, p. 153; GÓMEZ POMAR, F., «El incumplimiento contractual en Derecho español», *Revista para el análisis del Derecho Indret*, vol. 3, 2007, p. 13. La SAP Asturias de 21 de septiembre de 2012 FJ. 2.º. reafirma la ineficacia contractual solicitada por el consumidor fruto del incumplimiento de los requisitos sustantivos y formales exigidos legalmente; CÁMARA LAPUENTE, S., «Art. 61 Comentario», (Dir.) CÁMARA LAPUENTE, S., *Comentarios a las normas de Protección de los consumidores: Texto Refundido y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Colex, 2011; MARTÍNEZ MARTÍNEZ, M., «Comentario a la STS, 1.ª, 21.10.2005», Cuadernos Civitas de Jurisprudencia civil, n.º 71, p. 923.
37. MAINGUY, D., RESPAUD, J. L., *Droit des obligations*, Ellipses, 2008, p. 134; SANTOS MORÓN, M. A., «Reflexiones sobre los "requisitos formales" de los contratos a distancia y fuera de establecimiento mercantil», (Dir.) EMBID IRUJO, J. M., MIQUEL GONZÁLEZ, J. M., *Estudios jurídicos, Liber Amicorum en honor a Jorge Caffarena*, Colegio de Registradores de la Propiedad y Mercantiles de España, Madrid, 2017, p. 668; SÁNCHEZ GÓMEZ, A., «Información precontractual y contratos, art. 98, Requisitos formales de los contratos a distancia», (Coord.) BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANÓ, R., *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, Aranzadi, Pamplona, p. 1499; PÉREZ ESCOLAR, M., «El art. 98 TRLCU, ¿requisitos formales de los contratos a distancia?», *Indret*, 2018, epígrafe 4.3; GARCÍA RUBIO, M. P., «Codificar el Derecho de consumo en los tiempos de la modernidad líquida», (Dir.) GRAMUNT FOMBUENA, M., FLORENSA I TOMÁS, C., *Codificación y reequilibrio de la asimetría negocial*, Dykinson, Madrid, p. 44; SAP Zaragoza de 31 de octubre de 2017; SAP Madrid de 15 de junio de 2017; SAP Málaga de 10 de mayo de 2017.
38. PÉREZ ESCOLAR, M., «El art. 98 TRLGDCU ¿requisitos formales de los contratos a distancia?», *Indret*, 2018, epígrafe 4.3; GONZÁLEZ DE ALAIZA CARDONA, J. J., «Los contratos de adhesión y la contratación electrónica», (Dir.) BERCOVITZ, R., *Tratado de contratos*, Tirant Lo Blanch, 2020, p. 2117; CAMACHO CLAVIJO, S., *Partes intervinientes, formación y prueba del contrato electrónico*, Reus, 2005, p. 340.

duradero, y el contrato solo despliega efectos tras la aceptación del consumidor por ese mismo medio (arts. 98.6 y 98.7 TRLGDCU).

b) Soporte duradero. La confirmación ha de facilitarse en un soporte que permita almacenamiento, acceso y reproducción íntegra e inalterada por el consumidor (papel, correo electrónico, PDF descargable, área privada con descarga, SMS, etc.), conforme a los arts. 28.1.b) LSSICE y 98.1 TRLGDCU. No basta una pantalla web transitoria ni un mero hipervínculo a una página susceptible de modificación unilateral por el empresario: el TJUE ha rechazado que tales mecanismos constituyan «soporte duradero», admitiendo solo que la pre-información figure en la web si se ofrece de forma clara y comprensible y, además, el contrato se confirma en soporte duradero<sup>39</sup>.

c) Contenido mínimo. La confirmación debe incorporar: i) la información precontractual o copia del contrato (art. 98.1 y 97.1 TRLGDCU); ii) en contratación telefónica, la aceptación expresa del consumidor (art. 98.6 TRLGDCU); y iii) cuando proceda, la advertencia de pérdida del desistimiento en contenidos digitales sin soporte material iniciados con el consentimiento expreso [art. 103.m) TRLGDCU].

d) Accesibilidad previa a la perfección. Antes de cursar el pedido, el empresario debe asegurar que el consumidor puede consultar y descargar las condiciones contractuales de forma clara y comprensible. No existe, *ex lege*, una obligación de «casilla» en todo caso, pero la práctica de checkbox o mecanismo de aceptación expresa es idónea para cumplir los estándares de información y consentimiento informados (arts. 6 y 8 Dir. 2011/83/UE; arts. 27-28 LSSICE; art. 98.2 TRLGDCU-botón con obligación de pago).

En resumen, la confirmación no sustituye a la perfección del contrato (oferta/aceptación), pero condiciona su validez y oponibilidad frente al consumidor cuando la ley exige aceptación o confirmación en soporte duradero (arts. 98.6-98.7 y 100 TRLGDCU). Además, la carga de la prueba del cumplimiento informativo/formal recae en el empresario (art. 100.3 TRLGDCU).

## 7.2. CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO

Aquí se sistematizan las consecuencias del incumplimiento en la contratación a distancia y electrónica desde un doble plano: administrativo y civil. En el orden jurídico-administrativo, la infracción de deberes como acusar recibo o confirmar la recepción del pedido o informar correctamente al consumidor activa el régimen sancionador específico de la LSSICE y, cuando procede, del TRLGDCU, con graduación de multas, competencias y, en escenarios transfronterizos, límites refor-

---

39. STJUE de 5 de julio de 2012, C-49/11, Content Services, apartados 42-43; STJUE de 25 de enero de 2017, C-375/15, apartados 40-44; y STJUE de 24 de febrero de 2022, C-536/20, apartados 51-53.

## Ejecución del contrato celebrado a distancia

SUMARIO: 1. INTRODUCCIÓN. 2. CUMPLIMIENTO E INCUMPLIMIENTO. 2.1. *Obligación de entrega y deber correlativo de recepción*. 2.2. *Obligación de entrega y suministro*. 2.2.1. Riesgo. 2.2.2. Plazo. 3. INCUMPLIMIENTOS DE ENTREGA: TUTELA ESCALONADA DEL CONSUMIDOR. 4. FALTA DE DISPONIBILIDAD Y SUSTITUCIÓN DEL BIEN O SERVICIO CONTRATADO. 5. GARANTÍAS LEGALES EN EL PAGO CON TARJETA. 5.1. *Anulación del cargo en el pago con tarjeta*. 5.2. *Revocación del pago indebido a instancia del consumidor*.

### 1. INTRODUCCIÓN

La fase de ejecución es un elemento decisivo de la contratación a distancia: tras la válida formación del consentimiento, el empresario queda obligado a entregar el bien o suministrar/ejecutar la prestación en los términos convenidos, y el consumidor, a pagar el precio y a cooperar en la recepción<sup>1</sup>. El régimen general queda hoy positivado en los arts. 109 a 112 TRLGDCU —sin perjuicio del sistema de conformidad de los arts. 114 a 127 TRLGDCU, que opera con lógica propia— y se completa con las reglas civiles sobre incumplimiento, mora y resolución (Código Civil).

Con carácter dispositivo, las partes pueden fijar plazos; a falta de pacto, la ejecución debe producirse dentro de los 30 días naturales desde la celebración del contrato (art. 109 TRLGDCU)<sup>2</sup>. Si sobreviene indisponibilidad del bien/servicio, el ordenamiento arbitra remedios específicos: sustitución por otro de calidad igual o superior (art. 111), resolución con reembolso inmediato y, en caso de retraso injustificado, derecho del consumidor a exigir el doble de las cantidades satisfechas (art. 110). Cuando existan cargos indebidos o fraudulentos en tarjeta, procede la devolución de lo cargado (art. 112).

1. HUME, D., *Tratado de la naturaleza humana*, trad. Félix Duque, vol. 2, Madrid, 1977, p. 760.
2. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., GARCÍA VICENTE, J. R., «La contratación con consumidores», Tirant lo Blanch, Valencia, 2010, p. 1443.

## 2. CUMPLIMIENTO E INCUMPLIMIENTO

### 2.1. OBLIGACIÓN DE ENTREGA Y DEBER CORRELATIVO DE RECEPCIÓN

Formado el vínculo, incumbe al empresario realizar todas las actuaciones necesarias para que el consumidor pueda tomar posesión de la cosa o recibir la prestación convenida (art. 1157 Código Civil). Conviene distinguir, con efectos jurídicos, dos momentos:

a) Puesta a disposición. Existe cuando el bien se encuentra efectivamente disponible para el consumidor en el lugar y fecha pactados —v. gr., punto de recogida u oficina postal—. Si así se ha convenido, la puesta a disposición satisface el deber de cooperación del empresario y desplaza al consumidor la carga de recoger el bien. b) Entrega material (*traditio*). La toma de posesión corresponde al consumidor. Su negativa injustificada a recibir la cosa o el impago en plazo legitiman al empresario para rehusar la entrega (arts. 1176, 1466 y 1501 Código Civil). En contratos con precio aplazado, la verificación de solvencia es presupuesto habitual de cumplimiento (art. 1467 Código Civil).

En caso de incumplimiento, se distinguen las siguientes situaciones:

a) Para los contratos en general: i) en caso de retraso injustificado, procede la devolución de las cantidades abonadas, permitiendo al consumidor exigir el doble del importe inicialmente satisfecho (art. 110. II, TRLGDCU); ii) alternativamente, se podrá optar por la entrega de otro bien de igual o superior calidad (art. 111 del TRLGDCU).

b) Para los contratos cuyo objeto sean bienes y el suministro de contenidos o servicios digitales (aquellos que no se presten en soporte material): el consumidor podrá requerir al empresario el cumplimiento de la prestación en un plazo adicional y adecuado, el cual no podrá exceder de 30 días naturales contados a partir de la celebración del contrato (art. 66.2, i) bis, TRLGDCU)<sup>3</sup>.

En resumen, la falta de entrega faculta al consumidor para solicitar tanto la resolución contractual como la devolución del doble del pago realizado (art. 110, apartado II, TRLGDCU)<sup>4</sup>.

---

3. CARRASCO PERERA, A., *El derecho de contratos*, Aranzadi, 2017, Epígrafe: El contrato como fuente de obligaciones.

4. MORALES MORENO, A. M., *Incumplimiento del contrato y lucro cesante*, Madrid, 2010, p. 29; MORENO, J. D., «El impacto en las modernas orientaciones en materia de incumplimiento contractual», *Revista Jurídica de la Universidad Autónoma de Madrid*, n.º 32, 2015, p. 21; GÓMEZ CALLE, E., «Los remedios ante el incumplimiento del contrato: Análisis de la Propuesta de Modernización del Código civil en materia de obligaciones y contratos y comparación con el Borrador del Marco Común de Referencia», *Anuario de Derecho Civil*, Madrid, 2012, p. 35 y 45.

## 2.2. OBLIGACIÓN DE ENTREGA Y SUMINISTRO

El empresario debe cumplir con la obligación de entregar la cosa vendida y realizar todas las actuaciones necesarias para que el consumidor tome posesión de ella. Para ello, es preciso distinguir entre la puesta a disposición y la entrega efectiva, tal como se explica a continuación:

a) Puesta a disposición. Se trata de una actividad del empresario orientada a facilitar la entrega del bien. Salvo causa de fuerza mayor, el cumplimiento dependerá de que el consumidor recoja el bien en el lugar y momento pactados (por ejemplo, en la sede de la empresa de transporte, en una oficina de correos o en casilleros designados, como un Hub Locker de Amazon). En este sentido, el empresario habrá cumplido su obligación cuando el bien se ponga a disposición en el lugar y día señalados en el contrato.

b) Entrega efectiva. La entrega implica la obligación del consumidor de recibir el bien, obligación que, si bien no se expresa de manera explícita en la ley, se deduce de lo dispuesto en los artículos 1.176 y 1.501 del Código Civil. Si el consumidor incumple esta obligación, el empresario quedará eximido de su deber de entregar la cosa o prestar el servicio. Esto se concreta en dos supuestos: i) cuando el consumidor no abone el precio en el plazo acordado (art. 1.466 del Código Civil); ii) cuando el precio se pacte en forma aplazada, situación en la que se procederá a la comprobación de la solvencia del consumidor (por ejemplo, mediante el saldo de la tarjeta de pago, según el art. 1.467 del Código Civil).

El empresario cumplirá con la obligación de entrega y deberá realizar todos aquellos actos necesarios para que el consumidor tome posesión de la cosa vendida. A tal fin, habrá que distinguir entre la entrega efectiva y la puesta a disposición. Veámoslo con más detalle:

### 2.2.1. Riesgo

La regla clásica *res perit domino* se positiviza en clave protectora. En compraventas con envío, el riesgo de pérdida o deterioro no se transmite hasta que el consumidor —o un tercero por él designado que no sea el transportista— adquiere la posesión material (art. 66 ter TRLGDCU). Solo se anticipa el riesgo si: a) el propio consumidor organiza el transporte; o b) impone un transportista distinto del propuesto por el empresario.

La correcta identificación del momento de entrega se vuelve aquí crucial, pues condiciona la imputación del riesgo y, correlativamente, la procedencia de remedios por falta de conformidad o por incumplimiento logístico.

La regla general es que la compraventa transfiere la propiedad de la cosa vendida al consumidor únicamente cuando el justo título se acompaña de la tra-

dición, es decir, de la entrega material. El empresario está obligado a ejecutar el pedido en el plazo convenido a cambio de un precio, ya sea mediante la entrega física o poniendo la cosa a disposición del consumidor. Sin embargo, la transmisión del riesgo de la cosa vendida presenta matices adicionales. A saber: si el bien sufre deterioro o perece para su dueño (principio *res perit domino*), se entiende que los efectos traslativos carecen de eficacia al no haberse producido la tradición. En otras palabras, el riesgo se transfiere al consumidor en el momento en que éste toma posesión de la cosa.

En este sentido, el artículo 66 ter del TRLGDCU establece que, cuando el empresario envíe al consumidor los bienes adquiridos, el riesgo de pérdida o deterioro se transmitirá en el instante en que el consumidor, o un tercero designado por él (que no sea el transportista), adquiera la posesión material en el punto destinado a tal fin. Por consiguiente, el consumidor asumirá el riesgo en los siguientes casos: a) cuando el propio consumidor se encargue del transporte de los bienes; b) cuando se emplee un transportista distinto al propuesto por el empresario<sup>5</sup>.

### **2.2.2. Plazo**

Rige la autonomía de la voluntad (art. 1255 Código Civil). Así, las partes pueden fijar calendarios de entrega. Ahora bien, la disciplina del consumidor somete esos pactos a control de contenido: a) cuando el contrato prevea varios hitos temporales, debe estarse al término más breve (art. 65 TRLGDCU); b) son abusivas las cláusulas que diferencien indefinidamente el cumplimiento o utilicen fechas meramente indicativas cuando de ello resulte un desequilibrio importante en perjuicio del consumidor (arts. 85.1 y 85.8 TRLGDCU)<sup>6</sup>; c) a falta de pacto, la ejecución (entrega o suministro) debe producirse dentro de los 30 días naturales desde la perfección (art. 109 TRLGDCU)<sup>7</sup>.

5. FENOY PICÓN, N., «La compraventa del Texto Refundido de consumidores de 2007 tras la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores», *op. cit.*, p. 815.
6. MANRESA Y NAVARRO, J. M., «Comentario de los artículos art. 1.113 y 1.114 del Código Civil», *Comentarios al Código Civil español con la colaboración de varios jurisconsultos y una introducción del Excmo. Sr. D. Francisco Cárdenas*, tomo VIII, Madrid, 1901, p. 114; GARCÍA VICENTE, J. R., «La contratación con consumidores», AAVV BERCOVITZ, R., *Tratado de contratos*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2020, p. 1939; EIDENMULLER, H., FUAST, F., GRIGOLET, C., «Hacia una revisión del *acquis* de consumo», *op. cit.*, p. 119.
7. SÁNCHEZ GÓMEZ, A., «Artículo 110», (Coord.) BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias*, Aranzadi, Pamplona, 2015, p. 1629; El art. 18 Directiva 2011/83 distingue entre el plazo esencial y no esencial que conduce a la morosidad, y con ello, determinar un período adicional adecuado a las circunstancias cuyo nuevo incumplimiento permite resolver el contrato (art. 1.100 del Código Civil, art. 18.2.2 Directiva 2011/83; art. 66 bis 2 TRLGDCU), incluyendo una previsión sobre el reembolso de cantidades (art. 66 bis 3 TRLGDCU). LLÁCER MATAACÁS, M. R., «La codificación del derecho

La eventual fuerza mayor o imposibilidad sobrevenida liberatoria exige prueba bastante y comunicación diligente; fuera de tales supuestos, el retraso constituye incumplimiento con las consecuencias que se reseñan *infra*.

### 3. INCUMPLIMIENTOS DE ENTREGA: TUTELA ESCALONADA DEL CONSUMIDOR

Cuando el empresario no entrega o suministra en plazo, el ordenamiento arbitra un itinerario gradual. Veámoslo con más detalle:

a) Requerimiento de cumplimiento en plazo adicional adecuado (art. 66.2 TRLGDCU). El período habrá de ser proporcionado a las circunstancias del caso y a la naturaleza de la prestación; en bienes o contenidos/servicios digitales no prestados en soporte material, la práctica y el propio art. 66.2 TRLGDCU orientan a un margen breve y cierto.

b) Resolución inmediata, sin necesidad de conceder plazo adicional, cuando: i) el empresario rechaza la entrega o el suministro; o ii) la fecha era esencial por pacto expreso o por la naturaleza de la operación (art. 66.3 TRLGDCU). En el caso de bienes, la esencialidad debe constar antes de la perfección<sup>8</sup>.

Una vez resuelto el contrato, se darán los efectos restitutorios y sancionadores: i) devolución íntegra de lo abonado —precio, impuestos y gastos de entrega estándar— (art. 110. I TRLGDCU)<sup>9</sup>; ii) si el retraso o la falta de devolución es injustificada, el consumidor puede exigir el doble de las cantidades pagadas, sin perjuicio de reclamar daños adicionales (art. 110. II TRLGDCU); iii) alternativa de sustitución: el consumidor puede aceptar un bien/servicio de igual o superior calidad sin aumento de precio (art. 111 TRLGDCU). La aceptación de la sustitución no merma ulteriores derechos de desistimiento o resolución si la sustitución acabara siendo inidónea.

---

contractual de consumo como especialidad civil», *La codificación del Derecho contractual de consumo en Derecho civil catalán*, Dykinson, 2015, p. 85. FENOY PICÓN, N., «La *Nachfrist*, el término esencial y la negativa del deudor a cumplir, y la resolución por incumplimiento en el Texto Refundido de Consumidores, en la Propuesta de Modernización del Código Civil, en el Anteproyecto de Ley de Código Mercantil, y en el Proyecto de Ley del Libro Sexto del Código Civil de Cataluña», *Anuario de Derecho civil*, tomo LXVIII, 2015, p. 850.

8. Subyace la duda de que debe entenderse por retraso injustificado ya que no viene recogido en el propio texto legal. PÉREZ CONESA, C., «Compraventa de bienes de consumo por Internet: medios de protección jurídica del comprador-consumidor una vez celebrada», *Revista Aranzadi Doctrinal*, n.º 6, 2019, epígrafe II.

9. La diferencia entre la restitución en el desistimiento y de la restitución por incumplimiento. La falta de ejecución del contrato implica un incumplimiento contractual por parte del empresario. En el desistimiento ello no trae causa alguna por ser un derecho legalmente establecido. Hubiera sido deseable que el legislador hubiese dispuesto un plazo específico como así ha sucedido para el desistimiento (art. 107.1 TRLGDCU, ausente en el art. 110 TRLGDCU) en cuyo ínterin el empresario reembolsase al consumidor por no haber ejecutado el contrato.

#### **4. FALTA DE DISPONIBILIDAD Y SUSTITUCIÓN DEL BIEN O SERVICIO CONTRATADO**

Cuando, tras la perfección del contrato, el bien o servicio inicialmente pactado no se encuentra disponible, el consumidor ostenta una facultad potestativa para exigir su sustitución por otro de características análogas, con calidad igual o superior y sin incremento de precio, incluida la entrega en condiciones estándar. La aceptación de esta alternativa produce un efecto suspensivo sobre la vía resolutoria inmediata, en los términos del artículo 111 TRLGDCU, en la medida en que el contrato se mantiene vivo mientras se materializa la sustitución<sup>10</sup>.

Ahora bien, dicha opción no implica renuncia a los remedios ulteriores del consumidor. Permanecen íntegros sus derechos de resolución y desistimiento para etapas posteriores, así como, en su caso, la indemnización de daños si la sustitución resultara inidónea, tardía o contraria a los parámetros de equivalencia funcional (prestaciones, garantías, servicio posventa y plazo de entrega razonable). La carga de justificar la idoneidad del bien o servicio sustitutivo recae sobre el empresario, quien debe informar de manera clara y completa sobre cualquier diferencia relevante respecto del objeto inicialmente pactado. En suma, la sustitución opera como remedio conservativo del vínculo contractual, pero no novatorio, y no merma el catálogo de acciones que el ordenamiento reserva al consumidor conforme al artículo 111 del TRLGDCU, última parte<sup>11</sup>.

#### **5. GARANTÍAS LEGALES EN EL PAGO CON TARJETA**

En la contratación a distancia, la obligación de pago solo nace cuando el consumidor manifiesta un consentimiento claro e inequívoco (STJUE de 7 de abril de 2022 C-249/21), ello exige que el último paso del proceso de compra se materialice mediante un botón o mecanismo equivalente claramente indicado como operación que conlleva obligación de pago. Si la interfaz emplea fórmulas ambiguas o poco transparentes, el pago no es exigible, porque falta la informa-

10. El justo equilibrio de las naturales tendencias del acreedor de reclamar lo mejor y el deudor a entregar lo peor, remite a lo que presumiblemente hubieran reclamado las partes si hubieran llegado a pronunciarse sobre la calidad del objeto debido. BERCOVITZ, R., «Comentarios a los artículos 1156 a 1168 y 1181 del Código Civil», ALBALADEJO, M., *Comentarios al Código Civil y compilaciones forales*, XVI-1, Edersa, Madrid, 1980, p. 117; CRISTÓBAL MONTES, A., «Comentario al art. 1.167 del Código Civil» (Dir.) PAZ ARES, C., BERCOVITZ, R., *Comentarios del código civil*, Ministerio de Justicia, Madrid, 1991, p. 194; SAP Asturias 21 de septiembre de 2013 FJ 2.º. STJ de Navarra de 28 de junio de 2012. En FJ 5º reconoce al consumidor el derecho a ser oído para toda sustitución de materiales, otorgando de forma limitada, los derechos de resolución y desistimiento en el cambio de materiales. LACRUZ BERDEJO, J. L., *Elementos de Derecho civil*, vol. II, 1, Barcelona, 1977, p. 86; RUIZ ESPINOSA, J., «Principios axiológicos en la contratación *inter absentes* en la UE», AAVV LÓPEZ RENDO, C., *Fundamentos romanísticos del Derecho europeo e iberoamericano*, Boletín Oficial del Estado, Universidad de Oviedo, 2020, p. 204.
11. BERCOVITZ, R., VALLADARES, E., «Comentario al art. 1167 CC», AAVV GONZÁLEZ PORRAS, E., *Comentarios al código civil*, Tomo XVI, vol. 1.º, 2.ª edición, Edersa, 2004.





ARANZADI  
DERECHO  
MERCANTIL

Esta obra reconstruye de forma sistemática el régimen jurídico general de la contratación a distancia con consumidores. Delimita su ámbito de aplicación, ordena sus fuentes —Derecho de la Unión (Directivas 2011/83, 2019/770 y 2019/771) y Derecho español (TRLGDCU, LSSICE, Ley General de Telecomunicaciones, Ley de Competencia Desleal, normativa de protección de datos y Código Civil)— y fija los puntos de conexión entre ellas. Integra, además, la dimensión internacional: competencia judicial, reconocimiento y ejecución de resoluciones (Bruselas I bis) y ley aplicable (Roma I).

Desde este marco ordenado, se examina la formación del contrato (oferta, información precontractual y consentimiento), su ejecución y sus principales crisis (incumplimiento, falta de conformidad y remedios), con especial atención al derecho de desistimiento y a su articulación práctica *ad nutum*. La obra separa lo general de lo especial, acota los regímenes excluidos e identifica los posibles solapamientos, determinando la preeminencia normativa en caso de conflicto.

Se incorpora jurisprudencia europea y nacional (TJUE, Tribunal Supremo y jurisprudencia menor) organizada en criterios útiles de interpretación y actuación. Asimismo, se sistematizan los mecanismos de control de observancia: el administrativo —inspección, cooperación y potestad sancionadora en consumo y servicios de la sociedad de la información— y el jurisdiccional —acciones individuales y colectivas, y tutela frente a cláusulas y prácticas desleales—.

El enfoque combina análisis dogmático y lectura positiva de las normas, ofreciendo pautas de cumplimiento para operadores económicos, profesionales del Derecho y autoridades de consumo. El resultado es un marco coherente y operativo para comprender, enseñar y aplicar la contratación a distancia con consumidores dentro y fuera del entorno digital.

ISBN: 978-84-1085-441-3



9

788410 854413



ER-02802005



GA-200500100