

LA RELACIÓN DE CAUSALIDAD COMO INDICIO  
JUSTIFICATIVO DE LA “ACTIVIDAD DIRIGIDA” EN EL  
CONTRATO INTERNACIONAL DE CONSUMO:  
ANÁLISIS DEL FORO DE PROTECCIÓN DE LA PARTE DÉBIL

CAUSALITY AS EVIDENCE FOR “GUIDED ACTIVITY”  
IN RELATION TO INTERNATIONAL CONSUMER CONTRACTS:  
ANALYSIS OF THE RULE OF PROTECTION IN FAVOR OF  
THE WEAKEST CONTRACTING PARTY

DAVID CARRIZO AGUADO

*Profesor ayudante de Derecho Internacional Privado  
Universidad de León*

Recibido: 07.02.2016 / Aceptado: 09.02.2016

**Resumen:** El legislador europeo establece reglas especiales de competencia judicial internacional para los litigios derivados de las relaciones contractuales con consumidores. Este tipo de contratos se caracteriza por la existencia de una posición de asimetría entre las partes intervinientes (profesional-consumidor) que encuentra su reflejo en la dimensión procesal. El Reglamento (UE) 1215/2012, reequilibra tal escenario permitiendo al consumidor que ejerza sus derechos procesales bien ante los tribunales de su propio domicilio o bien ante los tribunales del domicilio del profesional. En el presente estudio se analiza legal y jurisprudencialmente la particular situación ante la cual el profesional no se desplaza físicamente al Estado del consumidor, pero dirige hacia él sus actividades en el marco de dos contratos celebrados sucesivamente entre el mismo consumidor e idéntico profesional. El Alto Tribunal europeo, admite la posibilidad de que ante un contrato que *a priori* no encaja como contrato de consumo, pueda beneficiarse del mencionado régimen protector. Ahora bien, es necesario que éste presente una conexión muy estrecha con la primera obligación contractual suscrita entre las mismas partes fruto de una «actividad dirigida» por el profesional al Estado miembro del domicilio del consumidor. Es decir, el contrato conexo debe considerarse como prolongación directa de la «actividad profesional dirigida» al Estado miembro del domicilio del consumidor, pues posee como fin principal, la satisfacción del objetivo económico que subyace de la relación contractual inicial.

**Palabras clave:** competencia en materia de contratos celebrados por los consumidores, art. 17.1 c) Reglamento (UE) 1215/2012, comercialización *on line*, actividad dirigida al Estado miembro del domicilio del consumidor, conexión material entre contratos concluidos por consumidor, publicidad transfronteriza.

**Abstract:** The European legislator establishes special rules of international jurisdiction for disputes arising from contractual relationships with consumers. This type of contract is characterized by the existence of a position of asymmetry between the parties involved (professional-consumer) which finds its reflection in the procedural dimension. Regulation (EU) 1215/2012, rebalances such a scenario allowing consumers to exercise their procedural rights or before the courts of his own domicile or in the courts of the place of business. In the present study it analyzed the particular legal and jurisprudential situation to which the professional is not physically moved to the State of the consumer, but headed out its activities under two contracts concluded on between the same consumer and professional identical. The European High Court admits the possibility that before a contract that *a priori* not fit as consumer contract, to benefit from this special scheme. Now it is necessary that it present a very close connection with the first contractual obligation between the same parties signed result of ‘directed activity’ by the

professional to the Member State of the consumer. That is, the related contract must be regarded as a direct extension of the “managed trade or profession ‘the Member State of the consumer, because it has as main purpose the satisfaction of economic purpose behind the initial contractual relationship.

**Keywords:** jurisdiction over contracts concluded by consumers, art. 17.1 c) Regulation (EU) 1215/2012, marketing online, activity to the Member State of the consumer, material connection between contracts concluded by consumers, cross-border advertising.

**Sumario:** I. Planteamiento introductorio. 1. Cuestiones preliminares. 2. Hechos controvertidos. II. La «actividad dirigida» a debate: el denominado “mercado de conquista”. 1. Regulación en el Reglamento (UE) 1215/2012. 2. Requisitos de aplicación. 3. Tipología contractual: especial atención al art. 17.1.c) Reglamento (UE) 1215/2012. 4. Contratos *on line*. III. Foros protectores hacia el consumidor: ¿Interpretación estricta? IV. Epílogo.

## I. Planteamiento introductorio

### 1. Cuestiones preliminares

1. En los artículos 17 a 19 del Reglamento (UE) 1215/2012 de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil<sup>1</sup>, se recoge el régimen de competencia judicial internacional a la que están sometidos los contratos concluidos por consumidores<sup>2</sup>.

Específicamente, en el art. 17.1.c) *in fine* se establece que serán de aplicación las normas protectoras de consumidores (art. 15.1.c), Reglamento (CE) núm. 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil<sup>3</sup> en aquellos casos en los que el empresario dirija por cualquier medio sus actividades comerciales al Estado miembro del domicilio del consumidor.

<sup>1</sup> DOUE L 351/1, de 20 diciembre 2012. Para una presentación sintética de las principales modificaciones introducidas en el Reglamento (UE) 1215/2012 junto con una somera valoración de su significado a la luz de los objetivos iniciales de la reforma y de la evolución actual del Derecho internacional privado de la Unión Europea, *vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, “El nuevo Reglamento sobre competencia judicial y reconocimiento y ejecución de resoluciones”, *Diario La Ley*, núm. 8013, 2013.

<sup>2</sup> En materia de contratos de consumo, el Reglamento Bruselas I-bis, ha incorporado una novedad importante, encaminada a incrementar la protección de los consumidores en tanto parte débil de la relación litigiosa: cuando el demandado es el empresario no es necesario que éste posea su domicilio en un Estado miembro de la UE (*Vid.* H. AGUILAR GRIEDER, “Alcance de la regulación europea relativa a la competencia judicial internacional en materia civil y mercantil en el marco del nuevo reglamento “Bruselas I Bis” (1215/2012): una respuesta parcialmente frustrada”, *Revista Aranzadi Doctrinal*, núm. 9, 2015, pp. 91-92). Es decir, cuando el demandante es el consumidor y demanda a un empresario domiciliado en un tercer Estado, dispone de los mismos foros de los que disponía antes cuando el profesional estaba domiciliado en un Estado miembro; dicha extensión sólo beneficia a los contratos de consumo y trabajo, no a los de seguro (*Vid.* F.J. GARCIMARTÍN ALFÉREZ / S. SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, “El nuevo Reglamento Bruselas I: qué ha cambiado en el ámbito de la competencia judicial”, *Civitas. Revista española de derecho europeo*, núm. 48, 2013, pp. 13-15).

<sup>3</sup> DOUE 12, de 16 enero 2001. En el marco europeo, con la llegada Reglamento 44/2001, de 22 de diciembre de 2000, se introdujeron algunas modificaciones con la finalidad precisamente de recoger la nueva situación tecnológica y aplicar las normas específicas a los contratos de consumo celebrados electrónicamente. Cuando se trate de contratos electrónicos celebrados por destinatarios de servicios de la sociedad de la información que ostenten la condición de consumidores o usuarios entrará en juego lo dispuesto por los artículos 15 y siguientes del Reglamento, debiendo entenderse que cuando el consumidor accede a Internet, sujeta al prestador de servicios a la jurisdicción de su país de residencia, por aplicación del fuero del domicilio del consumidor. Parece razonable que este precepto -fruto de un intenso debate político y jurídico en las negociaciones respecto a su adopción, especialmente en lo concerniente a las relaciones entre el Reglamento y las ADR -*Alternative Dispute Resolutions*-, preocupe a los agentes económicos que ofrecen bienes y servicios por medios electrónicos, dada la inseguridad jurídica que produce el hecho de tener que actuar o defenderse en juicio ante órganos jurisdiccionales de todos los Estados miembros en los que sus actividades puedan ser accesibles (*Vid.* P. GONZÁLEZ GRANDA, “Protección judicial de consumidores y usuarios en el ámbito del comercio electrónico”, *Indret: Revista para el Análisis del Derecho*, núm. 4, 2007, pp. 25-26). La creación de una plataforma de resolución de litigios en línea (ODR) en materia de consumo se enmarca dentro de la política sectorial europea de protección de los consumidores. Por ello, la UE fomenta el establecimiento de vías alternativas a la judicial, para la resolución de controversias derivadas del consumo. La Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (DOUE L 165/63), ha supuesto un nuevo avance en la protección de los consumidores dentro de la UE. Se caracteriza por su completa sustanciación en un entorno virtual electrónico, resultando innecesaria la presencia física de las partes o sus representantes en un lugar común (*Vid.* F. VALBUENA GONZÁLEZ, “La plataforma europea de resolución de litigios en línea (ODR) en materia de consumo”, *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, Año núm. 19, núm. 52, 2015, pp. 991-995; 1015).

2. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) en su sentencia de 23 de diciembre de 2015, as. C-297/14, *Hobohm*, nos presenta la situación característica de justificar la existencia de una relación jurídica sometida al Derecho de Consumo<sup>4</sup> nacida de dos contratos referidos a servicios diferentes y separados. Lo representativo y de mayor peso es que ambos presentan una conexión y un fuerte vínculo constituyendo así un indicio en la calificación de la «actividad dirigida» por el profesional hacia el Estado donde está radicado el consumidor<sup>5</sup>. Por ello, se puede llegar a admitir que el proceso deba sustanciarse ante los tribunales del domicilio del consumidor<sup>6</sup> en virtud del foro contenido en el art. 18.1 Reglamento (UE) 1215/2012 (art. 16.1 Reglamento (CE) 44/2001).

3. Hasta la llegada de este fallo, el TJUE sólo había tenido la ocasión de valorar si existía o no una «actividad dirigida» en el marco jurídico de un único contrato<sup>7</sup>. Este pronunciamiento supone un avance en la medida que este requisito puede cumplirse en un contrato que considerado por sí solo no se halla directamente comprendido en el ámbito de la «actividad dirigida» por el profesional al Estado del domicilio del consumidor.

Al presentar un nexo con un contrato celebrado anteriormente entre las mismas partes en el marco de una actividad del profesional dirigida a dicho Estado, resultará tan determinante que, en todo caso, el consumidor podrá interponer la demanda relativa al segundo contrato ante los tribunales de su propio domicilio y no verse forzado a litigar ante los tribunales del domicilio del empresario.

## 2. Hechos controvertidos

4. El Sr. Kampik, que desarrolla su actividad profesional en España, firma un contrato de intermediación inmobiliaria<sup>8</sup> con el Sr. Hobohm. El objeto del mismo es que el Sr. Kampik medie con

<sup>4</sup> La fuerza del Derecho de Consumo sólo es real si existen los instrumentos necesarios para defender los derechos de los consumidores y usuarios. Uno de los principales valedores de sus derechos es la Administración autonómica y municipal. En mucho menor grado asumen esta función los Tribunales de Justicia. Un instrumento cada vez más importante en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios es el Arbitraje de Consumo (*Vid.* K.J. ALBIEZ DOHRMANN, “Las reparaciones en el derecho de consumo”, en J. M. DE LA CUESTA SÁEZ / E. VICENTE DOMINGO / M.T. CARRANCHO HERRERO / J.M. CABALLERO LOZANO / R. DE ROMÁN PÉREZ (coords.), *Homenaje al profesor Carlos Vattier Fuenzalida*, Thomson Reuters Aranzadi, Navarra, 2013, pp. 51-52).

<sup>5</sup> La condición se cumple cuando el empresario envía e-mails publicitarios a potenciales clientes en este Estado. Si un consumidor llegara a celebrar un contrato con un *web-site* que no está dirigido hacia el Estado miembro de su residencia habitual, se le considerará un consumidor activo, que ha provocado la internacionalidad del contrato; por tanto, no merece protección (*Vid.* A. LÓPEZ-TARRUELLA MARTÍNEZ, “Aspectos de Derecho internacional privado de las relaciones jurídicas en Internet”, en M. PEGUERA POCH (coord.), *Principios de Derecho de la Sociedad de la Información*, Aranzadi Thomson Reuters, Navarra, 2010). Es preciso poseer indicios que permitan determinar si una actividad está «dirigida» al Estado miembro del domicilio del consumidor figurando entre ello expresiones manifiestas de voluntad de atraer a los consumidores de dicho Estado miembro, no siendo suficiente ni la existencia de página web ni la referencia a divisa o lengua concreta del país de domicilio del consumidor. El hecho de que el contrato no haya de ser necesariamente «a distancia», esto es, que no sea un requisito de aplicación, no implica que no cubra este tipo de contratos si se cumplen las condiciones del Reglamento. Tampoco es preciso que exista una relación causal entre la existencia de la página web y el contrato finalmente celebrado (*Vid.* A. ARROYO APARICIO, “Artículo 17”, en P. BLANCO-MORALES LIMONES / F.F. GARAU SOBRINO / M<sup>a</sup>.L. LORENZO GUILLÉN / F.J. MONTERO MURIEL (coords.), *Comentario al Reglamento (UE) n° 1215/2012 relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil. Reglamento Bruselas I refundido*, Thomson Reuters Aranzadi, Navarra, 2016, pp. 450-455).

<sup>6</sup> En términos de economía procesal a un consumidor le resultará más conveniente iniciar el proceso ante los tribunales donde está el domiciliado. En primer lugar, porque la lengua en la que habrá de cumplimentar el formulario y en la que se sustanciará el procedimiento será la que utilice el tribunal ante el que se inicie el procedimiento, es decir, ante el que se presente el formulario (*Cfr.* N. MARCHAL ESCALONA, “La protección del consumidor en los litigios transfronterizos de escasa cuantía en la Unión Europea y en América Latina”, en F. ESTEBAN DE LA ROSA (ed.), *La protección del consumidor en dos espacios de integración: Europa y América. Una perspectiva del Derecho internacional, europeo y comparado*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2015, p. 1044).

<sup>7</sup> *Vid.* STJUE 7 diciembre, as. C-585/08 y C-144/09, *Peter Pammer y Hotel Alpenhof*; STJUE 6 septiembre 2012, as. C190/11, *Mühlleitner*; STJUE 17 octubre 2013, as. C-218/12, *Emrek*; STJUE 14 noviembre 2013, as. C-478/12, *Maletic*.

<sup>8</sup> El contrato de intermediación inmobiliaria es el negocio jurídico por el que una persona (cliente) encarga a otra (agente), la compra o venta de una vivienda a una tercera persona bajo unas condiciones previamente pactadas. Esto es, el profesional tiene como objetivo facilitar la aproximación entre el comprador y el vendedor con el objetivo de que la compraventa se perfeccione. Por ello, el contrato de intermediación inmobiliaria se podría definir como aquel contrato en el que una de las partes se obliga, a cambio de una remuneración, a promover o facilitar la celebración de un contrato de compraventa entre la otra parte

la inmobiliaria *Immobilien KG* para la adquisición de un apartamento en un complejo vacacional sito en Denia, Alicante. Dichos apartamentos se venden en Alemania a través de folleto publicitario cuya redacción está en idioma alemán.

En el año 2006, el Sr. Hobohm firma un contrato de compraventa con el vendedor de los apartamentos. Dos años más tarde, como consecuencia de dificultades financieras en la empresa promotora, se paralizaron las obras del complejo vacacional. Ante este hecho, el Sr. Hobohm otorgó un poder notarial al Sr. Kampik para que éste defendiera sus intereses en relación al contrato de compraventa que le vinculaba con la promotora. Este poder notarial se materializó en un contrato de mandato. A tenor de dicho contrato, el Sr. Hobohm realiza un pago<sup>9</sup> a favor del Sr. Kampik en concepto de tercer pago restante del precio de compra del inmueble; seguidamente el Sr. Kampik ingresó este importe a favor de la empresa inmobiliaria.

5. Pero a partir del año 2009, surgieron ciertas desavenencias entre ambas partes como consecuencia de la insolvencia de la entidad promotora. Por ello, el Sr. Hobohm decide revocar el poder otorgado a favor del Sr. Kampik y así rescindir tal relación. *A posteriori*, el Sr. Hobohm decide iniciar un proceso judicial e interpone demanda ante los tribunales alemanes, que son los de su domicilio. La pretensión de la misma es la devolución de ciertas cantidades que han sido abonadas al Sr. Kampik.

Pues bien, la jurisdicción alemana se declaró incompetente territorialmente para conocer del asunto. Esta decisión fue recurrida por el demandante, y en apelación se le desestima igualmente, además de puntualizarse que no puede ser aplicable lo contenido en el art. 17.1. c) Reglamento (UE) 1215/2012. El foro de competencia del domicilio del consumidor no es admisible pues no puede depender la actividad de intermediación inmobiliaria realizada a través de «actividad dirigida» por el Sr. Kampik a Alemania con lo que se ventila en el proceso derivado del contrato de mandato.

6. Ante este postulado, el Sr. Hobohm decide interponer recurso de casación ante el Alto Tribunal alemán, fundamentando su pretensión en que la intermediación llevada a cabo por el Sr. Kampik en España consistía en una «actividad dirigida» a Alemania<sup>10</sup>. Ello estaba sustentado en que el Sr. Kampik ofrecía sus servicios en Internet<sup>11</sup> a través de página web redactada en alemán. Además, la dirección de

---

y un tercero que deberá de buscar (*Vid.* I. VIVES, “El contrato de intermediación inmobiliaria”, *Inmueble: Revista del sector inmobiliario*, núm. 144, 2014, pp. 44-45).

<sup>9</sup> Del conjunto de operaciones de comercio internacional se deriva la obligación de realizar un pago y en general éste estará sujeto a diferentes leyes, tanto del ámbito material de la relación que une a las partes, como normas del ámbito formal que enmarcan y configura el propio medio de pago. Desde la entrada en vigor del Reglamento (UE) 260/12, de 14 de marzo de 2012, la gestión de los cobros y pagos realizados en la zona SEPA ha sufrido modificaciones importantes, especialmente en aquellas operaciones de carácter transfronterizo. La integración del sistema de pagos europeo supone una armonización legislativa necesaria para los países involucrados, significando ello un cambio fundamental en las infraestructuras de los pagos, esencialmente en las transacciones “*on line*”. La creación de una zona única de pagos en Europa (SEPA) surge como consecuencia del deseo de armonizar los pagos electrónicos a nivel europeo, más en concreto las transferencias, los adeudos por domiciliación y las tarjetas de pago (*Vid.* D. CARRIZO AGUADO, “Las operaciones de pago “*on line*” en el territorio SEPA: especial atención a las transferencias transfronterizas y adeudos domiciliados”, *Cuadernos ASADIP/Jóvenes Investigadores*, núm. 1, 2015, pp. 51-65; *id.*, “La protección de los consumidores y usuarios en las operaciones de pago transfronterizas de la zona SEPA: Análisis del Reglamento (UE) núm. 260/2012, de 14 de marzo”, *Diario La Ley*, núm. 8257, 2014).

<sup>10</sup> Para poder determinar si el profesional cuya actividad está ofertada en una página web dirige su actividad al Estado miembro del domicilio del consumidor, procede comprobar previamente si, antes de la celebración del contrato, de la apariencia de la página web y de la actividad global del profesional podría derivarse de que éste último tenía la intención de comercializar sus productos en Estados miembros, entre ellos el del domicilio del consumidor. La intencionalidad del profesional se revela de este modo como un elemento a tener en cuenta (*Vid.* C.I. CORDERO ÁLVAREZ, “La contratación entre consumidores de la UE y empresas de terceros Estados: evolución del DIPr Europeo”, en J-S. BERGÉ / S. FRANCO / M. GARDEÑES SANTIAGO (eds.), *Las fronteras del derecho internacional privado europeo*, Bruylant, Bruselas, 2015, pp. 368-370).

<sup>11</sup> El usuario de Internet que a través de la Red contrata servicios o adquiere mercancías y en general, quien celebra contratos a distancia por vía electrónica, no sólo puede concertar operaciones domésticas o internas, sino también internacionales. De hecho Internet, se ha revelado como una vía privilegiada para la intensificación de las posibilidades del comercio transfronterizo en la Unión Europea. La caracterización internacional de los contratos electrónicos resulta relevante, pues la averiguación de su régimen jurídico conlleva la necesidad de utilizar las normas de Derecho internacional privado (*Vid.* F. ESTEBAN DE LA ROSA, Régimen jurídico de la contratación electrónica internacional de consumo en el sistema español de Derecho internacional privado”, *Aranzadi civil: revista quincenal*, núm. 1, 2009, p. 2172).

correo electrónico como punto de contacto estaba alojada bajo servidor de dominio de primer nivel: «.de»<sup>12</sup>; como tercer dato de interés, el número de teléfono era alemán; y por último, el método de publicidad llevado a cabo era a través de folleto también redactado en idioma alemán.

Indubitablemente, en el primer contrato, el de intermediación, se cumplirían todos los requisitos que permiten justificar la «actividad dirigida» y así encuadrar tal cuestión bajo el art. 17.1 c) Reglamento (UE) 1215/2012; en cambio, en relación al segundo contrato, el de mandato, no se cumple tal requisito, y por lo tanto se puede afirmar que no queda encajado bajo la modalidad de contrato de consumo. Así pues, el foro del domicilio del consumidor no será *a priori* aceptado como lugar de inicio del procedimiento. En todo caso, habría que acudir a las normas generales de contratación.

7. No obstante, el Tribunal Supremo alemán ofrece un razonamiento no presentado en anteriores instancias: la existencia de un nexo material entre el contrato de intermediación y el de mandato. Pues de no existir el primero, el segundo no se hubiera celebrado; y como dato clave que aporta soporte a la conexión entre ambos contratos, es que a pesar de que la obligación del primer contrato fue cumplida, el objetivo económico del mismo, no se logró, pues en ningún caso el Sr. Hobohm llegó a obtener el disfrute efectivo del apartamento vacacional que fue adquirido gracias a la actividad de intermediación inmobiliaria.

Ante esta situación en el curso de los hechos, el Alto Tribunal alemán suspende el procedimiento y decide elevar al TJUE la cuestión prejudicial<sup>13</sup> para que éste se pronuncie al respecto.

## II. La «actividad dirigida» a debate: el denominado “mercado de conquista”

### 1. Regulación en el Reglamento (UE) 1215/2012

8. Como bien se expone al inicio del presente estudio, los artículos 17 a 19 del Reglamento (UE) 1215/2012 (Sección 4ª, del Título II del Reglamento Bruselas I-*bis*), detallan la protección del consumidor a la hora de determinar la competencia judicial internacional<sup>14</sup>. Este articulado es una excepción tanto a la regla general de competencia establecida en el art. 4, que atribuye la competencia a los órga-

<sup>12</sup> Entre los dominios de nivel superior una primera categoría está formada por los de carácter nacional, al estar asociados a un concreto Estado. Se trata de más de 200 dominios que están integrados por dos letras que se corresponden con las dos letras correspondientes a casa Estado. Mayor valor económico y atractivo para los operadores, sobre todo para los que actúan a nivel internacional, tienen normalmente los nombres de dominio registrados bajo ciertos dominios de nivel superior que reciben la denominación de genéricos, por no ir referidos a un concreto país. Entre los nombres de dominio genéricos cabe distinguir los que no imponen restricciones respecto de las categorías de personas o entidades que pueden registrarlos, como es el caso de «.com», «.org», «.net», «.info» (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, *Derecho Privado de Internet*, 4ª ed., Civitas Thomson Reuters, Navarra, 2011, pp. 54-56).

<sup>13</sup> ¿Puede un consumidor interponer una demanda, en virtud del artículo 15, apartado 1, letra c), segunda alternativa, en relación con el artículo 16, apartado 1, segunda alternativa, del Reglamento (CE) nº 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial y a la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, ante el tribunal del lugar en que tiene su residencia, contra su otra parte contratante, que ejerce actividades comerciales o profesionales en otro Estado miembro de la Unión Europea, cuando, aunque el contrato en que se basa la demanda no esté comprendido directamente en el marco de dicha actividad del socio contractual, dirigida al Estado miembro de residencia del consumidor, sí tiene por objeto conseguir el éxito económico perseguido con otro contrato celebrado anteriormente entre las partes y ya ejecutado, que está comprendido en el ámbito de aplicación de las disposiciones citadas al inicio?

<sup>14</sup> Según lo dispuesto en el art. 17.1, la competencia quedará determinada por las normas de la Sección 4ª, sin perjuicio de lo dispuesto en el art. 6 y en el art. 7 punto 5. La remisión que realiza esta disposición implica que el ámbito de aplicación de dicha Sección se vincula al domicilio del demandado. Teniendo en cuenta que pocos contratos de consumo conllevarán competencia exclusiva y que difícilmente un contrato de consumo celebrado con un empresario domiciliado fuera del territorio de la Unión incluirá una cláusula de sumisión a los tribunales de un Estado miembro cuando el demandado esté domiciliado en un Estado tercero, la competencia judicial internacional de los tribunales de un Estado miembro vendrá determinada por las normas de competencia interna, la denominada competencia residual; si bien el principal objetivo de estas normas es proteger al consumidor acercándole el foro a su entorno socio-económico, no se entiende que dicha protección dependa de la localización del domicilio del demandado máxime si se tiene en cuenta que generalmente en este tipo de litigios el consumidor suele ser el demandante (*Vid.* B. AÑOVEROS TERRADAS, “Extensión de los foros de protección del consumidor a demandados domiciliados en terceros estados”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 9, 2009, pp. 288-289).

nos jurisdiccionales del Estado miembro del domicilio del demandado, como a la regla de competencia especial en materia contractual, contenida en el art. 7, apartado 1, letra a), según la cual el tribunal competente es el del lugar en el que hubiere sido o debiere ser cumplida la obligación que sirviere de base a la demanda<sup>15</sup>.

**9.** Los conceptos utilizados en el Reglamento (UE) 1215/2015, y, en particular, los que figuran en el art. 17, apartado 1, letra c) de éste, deben interpretarse de forma autónoma, principalmente con referencia al sistema y a los objetivos de dicho Reglamento, para garantizar su aplicación uniforme en todos los Estados miembros<sup>16</sup>.

El objetivo esencial de estas normas se centra en proteger al consumidor a la hora de fijar el sistema de competencia judicial internacional, puesto que su posición en la fórmula contractual es débil respecto del empresario<sup>17</sup>. Para lograr un cierto equilibrio en las posiciones de las partes<sup>18</sup>, la política de protección de los consumidores<sup>19</sup> en este sector conduce, por una parte, a la posibilidad de que se abra un foro próximo a los mismos, y por otra parte, limitar los efectos de las cláusulas de sumisión a favor de los tribunales de un Estado, que con frecuencia, son impuestas por el empresario como parte fuerte en el contrato<sup>20</sup>.

**10.** Esta protección jurisdiccional tiene su verdadero fundamento en que la mayoría de los contratos de consumo son contratos de adhesión o con fórmulas de predisposición del empresario hacia el

<sup>15</sup> De ello resulta que tal excepción ha de ser necesariamente objeto de una interpretación estricta, pues restrictivamente debe realizarse toda excepción a una regla general (*Vid.* STJUE 23 diciembre 2015, as. C-297/14, *Hobohm*; STJUE 28 enero 2015, as. C-375/13, *Kolassa*; STJUE 6 septiembre 2012, as. C-190/11, *Yusufti*; STJUE 20 mayo 2010, as. C-111/09, *Českás*).

<sup>16</sup> *Vid.* STJUE 7 diciembre 2010, as. C-585/08 y C-144/09, *Peter Pammer y Hotel Alpenhof GesmbH*. Al respecto de este pronunciamiento, *vid.* M.J. MATIAS FERNANDEZ, “O conceito de «Actividad Dirigida» inscrito no artigo 15º, numero 1 alinea c). Do Regulamento “Bruxelas I” e a Internet: subsidios do Tribunal de Justiça por ocasião do acórdão Pammer/Alpenhof”, *CDT*, Vol. 4, núm. 1, 2012, pp. 302-315.

<sup>17</sup> Las normas que conforman las Secciones 3ª, 4ª y 5ª del Capítulo II del Reglamento (UE) 1215/12 presentan, como denominador común, un marcado interés protector respecto de la parte que se entiende más débil dentro de la relación jurídica contractual (asegurado, consumidor y trabajador), diseñándose un sistema competencial en el que destacan dos circunstancias: Si la demanda se interpone frente a la parte más débil de la relación jurídica (asegurado, consumidor o trabajador), aquella deberá presentarse ante el órgano judicial sito en el domicilio de ésta última. Si, por el contrario, es la parte débil de la relación jurídica la que demanda (asegurado, consumidor o trabajador), ésta podrá siempre optar por presentar su demanda ante el órgano judicial sito en su propio domicilio o, en el domicilio del demandado (*Vid.* O. FOTINOPOULOU BASURKO, “Competencia judicial internacional en pleitos laborales con pluralidad de demandados”, *Aranzadi Social*, vol.1, núm. 10, 2008, p. 78; P. JUÁREZ PÉREZ, *Orden social y litigios internacionales: competencia judicial*, Comares, Granada, 2002, p. 98; Y. MANEIRO VÁZQUEZ, “Jurisdicción competente para conocer de los litigios planteados por trabajadores transfronterizos a la luz de las últimas aportaciones jurisprudenciales”, *Relaciones laborales: Revista crítica de teoría y práctica*, núm. 1, 2010, pp. 291-304; F. SALERNO, *Giurisdizione ed efficacia delle decisioni straniere nel regolamento (CE) núm. 44/2001 (la revisione Della Convenzione di Bruxelles del 1968)*, 3ª ed., CEDAM, Padova, 2006, p. 224).

<sup>18</sup> La desigualdad entre consumidor y empresario es evidente. La asimetría de información que ambos disponen, hace entrever que el cliente pueda tener dificultades para apreciar la calidad de los servicios que se le prestan (*Vid. in extenso*, A. ÁLVAREZ RODRÍGUEZ, / D. CARRIZO AGUADO “¿Quién es quién? El abogado es el profesional y el cliente es el consumidor. Calificación de dicha relación en el contrato de prestación de servicios jurídicos conforme a la STJUE 15 de enero 2015. -Asunto C537/13- (SIBA)”, *Revista Aranzadi Doctrinal*, núm. 6, 2015, pp. 149-167).

<sup>19</sup> La política de protección de los consumidores a nivel comunitario se ha ido construyendo a lo largo de los años como un principio esencial en el funcionamiento de la Unión, recogido y desarrollado tanto en el llamado Derecho originario como en el Derecho derivado. Dichas actuaciones políticas se conforman para el buen funcionamiento del mercado interior. No será hasta la Conferencia de Jefes de Estado de París, celebrada el 19 y 20 de octubre de 1972 (Cumbre de París), cuando se comienza a ejecutar una política ordenada en materia de consumo, solicitándose allí de los órganos comunitarios elaborar un programa específico para robustecer y coordinar medidas de protección al consumidor (*Vid.* V. GONZALO LÓPEZ, “Políticas y programas europeos de protección jurídica de los consumidores”, en J.L. TOMILLO URBINA (dir.), J. ÁLVAREZ RUBIO (coord.), *La protección jurídica de los consumidores en el Espacio Euroamericano*, Comares, Granada, 2014, pp. 25-26).

<sup>20</sup> Como excepción a la regulación general, al consumidor, como parte débil en la relación, se le otorga la posibilidad, entre otras, de que pueda litigar ante los tribunales del lugar de su domicilio. En la actualidad no hay que olvidar que el consumidor con el fin de satisfacer sus necesidades, se ve enfrentado a una verdadera avalancha de ofertas de difícil diferenciación, que conjuntamente con la utilización de diversas técnicas publicitarias, dificultan enormemente la capacidad de elección de aquel. (*Vid.* E. FERNÁNDEZ MASÍA, “Contratos de consumo y competencia judicial internacional en el Reglamento Comunitario 44/2001”, *Estudios sobre consumo*, núm. 63, 2002, p. 14).

consumidor<sup>21</sup>. Ello conlleva como efecto directo la escasa o nula negociación de las diversas cláusulas que puede contener el mismo, entre las que suele encontrarse una sumisión a determinados tribunales<sup>22</sup>, lógicamente dónde está radicado el empresario o su actividad empresarial.

## 2. Requisitos de aplicación

11. La protección legal otorgada al consumidor, contenida en la Sección 4ª del Título II Reglamento (UE) 1215/12, debe cumplir las siguientes exigencias para que se proyecte lo deseado por el legislador comunitario.

En primer lugar, el contrato ha de ser concluido por un consumidor<sup>23</sup>; debe existir como requisito *sine qua non* que la otra parte contratante sea un profesional y así el contrato será incardinado bajo la modalidad de contratos de consumo y no pueda ser encuadrado en las normas generales de la Sección 1ª del Capítulo II (artículos 4 a 6 Reglamento (UE) 1215/12). Tenemos que considerar «consumidor» aquel que adquiera bienes y servicios «para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad profesional»<sup>24</sup>. La relevancia del criterio objetivo de la «actividad profesional», gira en torno a la calificación autónoma

<sup>21</sup> El formalismo del Derecho privado europeo se manifiesta esencialmente en la contratación de consumo, que generalmente incluye contratos de adhesión y condiciones generales y un contenido contractual legal predeterminado. La forma tiene básicamente carácter protector del consumidor frente al empresario (*Vid.* E. ARROYO I AMAYUELAS, “¿Qué es forma en el Derecho contractual comunitario de consumo?”, en M.P. FERRER VANRELL / A. MARTÍNEZ CAÑELLAS (dirs.), *Principios de derecho contractual europeo y principios de unidroit sobre contratos comerciales internacionales*, Dykinson, Madrid, 2009, pp. 230-242).

<sup>22</sup> La autonomía de la cláusula atributiva de competencia con respecto al resto del contrato comporta que sea indiferente que el contrato deba redactarse según la ley que lo rige en un determinado idioma, distinto al que se ha empleado o al menos distinto al idioma de la cláusula de sumisión. La cláusula será eficaz en la medida en que respete los criterios formales recogidos en el propio Reglamento (*Vid.* P. OREJUDO PRIETO DE LOS MOZOS, “El idioma en el contrato en el derecho Internacional Privado”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 10, 2010, pp. 166-169).

<sup>23</sup> El concepto existente de consumidor ha sido interpretado de manera restrictiva por la jurisprudencia europea, enfatizando que consumidor final privado es aquel que no participa en actividades comerciales o profesionales y que sólo engloban los contratos celebrados para satisfacer las propias necesidades de consumo privado del individuo. Así se puede afirmar que cuando una persona celebra un contrato para usos relacionados con su actividad profesional debe considerarse que se encuentra en igualdad de condiciones con su cocontratante (*Vid.* S. CÁMARA LAPUENTE, “El concepto legal de «consumidor» en el Derecho privado europeo y en el Derecho español: aspectos controvertidos o no resueltos”, *CDT*, Vol. 3, núm. 1, 2011, pp. 86-87). También merece una mención de manera sucinta el concepto de «consumidor medio» que nos ofrece la jurisprudencia comunitaria. La primera sentencia en donde encontramos la identificación conceptual es en la STJCE 16 julio 1998, as. C-210/96, *Gut Springenheide*; lo define como aquel que está normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz (fundamento 31). Si bien es cierto que esta idea supone una regresión en la tutela ofrecida al consumidor por las diferentes normas europeas. Por ello, se debe interpretar de manera restrictiva quedando residenciado de manera exclusiva al ámbito de las prácticas comerciales desleales, bien sean engañosas o agresivas (*Vid.* J. CAYÓN DE LAS CUEVAS, “Configuración normativa y técnicas de tutela del consumidor en el Derecho de la Unión Europea”, en J.L. TOMILLO URBINA (dir.) / J. ÁLVAREZ RUBIO (coord.), *La protección jurídica de los consumidores en el espacio Euroamericano*, Comares, Granada, 2014, pp. 57-59). No encuentra acomodo en la noción de consumidor el pequeño comerciante que contrata vía electrónica con una gran empresa (*Cfr.* S. FELIU ÁLVAREZ DE SOTOMAYOR, *La contratación internacional por vía electrónica con participación de consumidores: la elección entre la vía judicial y la vía extrajudicial en la resolución de conflictos*, Comares, Granada, 2006, p. 42).

<sup>24</sup> El concepto de consumidor se define únicamente a partir de su actuación no empresarial o profesional. Ello permite incluir dentro de esta definición al consumidor «ahorrador o inversor», que contrata algún tipo de servicio financiero con el fin de obtener de su dinero una rentabilidad, ya sea mediante un depósito bancario con la obligación de devolución del principal una vez vencido el plazo pactado ya sea mediante un valor negociable con la posibilidad de venderlo en un futuro a un precio superior al que lo adquirió. Lo verdaderamente importante en este caso como en los demás, es que tales actividades no se hagan de forma profesional (*Vid.* R. ARENAS GARCÍA, “Tratamiento jurisprudencial del ámbito de aplicación de los foros de protección en materia de contratos de consumidores del Convenio de Bruselas de 1968”, *Revista española de derecho internacional*, Vol. 48, núm. 1, 1996, pp. 46-50). En concreto la STJUE 14 marzo 2013, as. C-419/11, *Česká*, el Alto Tribunal estima que sólo a los contratos celebrados fuera e independientemente de cualquier actividad o finalidad profesional, con el único objetivo de satisfacer las propias necesidades de consumo privado de un individuo, les es de aplicación el régimen específico establecido por dicho Convenio para la protección del consumidor, mientras que esta protección no se justifica en el caso de contratos cuyo objeto consiste en una actividad profesional (fundamento núm. 34). En este mismo sentido el juzgador europeo ha seguido durante décadas esta línea de pensamiento, como así consta en los siguientes pronunciamientos: STJCE 19 enero 1993, as. C-89/91, *Shearson Lehman Hutton*; STJCE 3 julio 1997, as. C-269/95, *Benincasa*; STJCE 20 enero 2005, as. C-464/01, *Gruber* (*Vid.* B. AÑOVEROS TERRADAS, “Delimitación de los supuestos internacionales en los que se justifica el fórum actoris a favor del consumidor”, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, núm. 3, 2005, pp. 1737-1744; J. VANNEROM, *Consumer Notion: Natural or Legal Persons and Mixed Contracts, Landmark cases of EU consumer law: in honour of Jules Stuyck*, Intersentia, Cambridge, 2013, pp. 57-72).

del concepto de consumidor<sup>25</sup>. El objetivo es evitar ciertos inconvenientes que se pueden derivar de la diversidad conceptual en torno a esta noción en las legislaciones de los Estados miembros<sup>26</sup>. En el caso de que el objeto del contrato tenga una doble finalidad, privada y profesional, sólo se aplicará la Sección 4ª del Título II Reglamento (UE) 1215/12, cuando el destino privado constituya el verdadero «centro de gravedad» del contrato<sup>27</sup>.

12. La expresión recogida en el art. 17, apartado primero del Reglamento (UE) 1215/12, «que puede considerarse», significa que las normas sobre protección de consumidores recogidas en el Reglamento (UE) 1215/12, sólo pueden aplicarse si el consumidor actúa en el tráfico comercial con «aparición externa» de tal consumidor<sup>28</sup>. Si dicho consumidor se presenta y opera como un «profesional» frente a terceros, es entonces un «consumidor oculto», y como tal, no puede beneficiarse de las reglas específicas del Reglamento (UE) 1215/2012.

<sup>25</sup> A tenor de lo dispuesto en el art. 2, apartado 1, de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DOUE L 304/64, de 22 noviembre 2011), «consumidor es toda persona física que, en contratos regulados por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresa, oficio o profesión». Si bien, el consumidor prototipo europeo viene determinado por aquella persona física, cuya formación le proporciona capacidad para conocer y comprender la información que ponen a su disposición los agentes económicos, así como la habilidad precisa para evitar o remediar el engaño o la confusión. Este consumidor medio para referirse a la persona razonablemente atenta y bien informada es acorde a la hora de aplicar el principio de proporcionalidad. Los atributos representados por la seguridad, información y capacidad adicionan un plus al término consumidor, cualificando al presunto destinatario de las compraventas *on line*, tanto por su formación o preparación como por su actitud o conducta diligente. Esta conclusión gana fortaleza comparando al consumidor con las funciones anudadas a su posición jurídica en la relación con el empresario. En este sentido, el consumidor deberá conocer antes de adquirir el documento contractual de manera profusa y en profundidad. El consumidor tipo estaría determinado por el consumidor formado e informado (*Vid.* M<sup>a</sup>. S. FLORES DOÑA, «El consumidor cualificado e informado en la compraventa *on line* intracomunitaria», en G.J. JIMÉNEZ SÁNCHEZ / A. DÍAZ MORENO (dirs.), J. BRENES CORTÉS / I. LÓPEZ DE LA TORRE / M. PACHECO CAÑETE (coords.), *Estudios de Derecho del Comercio Internacional. Homenaje a Juan Manuel Gómez Porrúa*, Marcial Pons, Madrid, 2013, pp. 76-78). La razón de ser de la protección en la contratación a distancia es la situación de desventaja en que se encuentra el consumidor respecto de aquel que contrata presencialmente: si se trata de un bien, porque no puede ver el producto antes de contratar; si se trata de un servicio, porque tampoco puede probarlo. A diferencia de lo que sucede en la contratación fuera del establecimiento, en la técnica de contratación a distancia no está presente el elemento de sorpresa o de presión psicológica a la que se ve sometido el consumidor que se ve abordado por el comerciante en su casa o lugar de trabajo (*Vid.* E. ARROYO I AMAYUELAS, «La contratación a distancia en la directiva de protección de los derechos de los consumidores», en S. CÁMARA LAPUENTE (dir.), / E. ARROYO I AMAYUELAS (coord.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores: más allá de la Directiva sobre derechos de los consumidores y del Instrumento Opcional sobre un derecho europeo de la compraventa de octubre de 2011*, Civitas Thomson Reuters, Navarra, 2012, pp. 246-247). El origen de los contratos celebrados fuera del establecimiento comercial atiende al reconocimiento de determinadas prácticas comerciales consistentes en que el empresario intenta realizar sus ventas fuera del establecimiento donde tiene canalizada su actividad económica; la nota fundamental consiste en que el orden de actuación de los sujetos que intervienen se invierte, siendo el vendedor el que intenta atraer la atención del consumidor para que compre en situación inesperada o ajena inicialmente a su voluntad por realizarse fuera de un contexto buscado por el consumidor (*Vid.* M<sup>a</sup>. J. REYES LÓPEZ, «Contratos celebrados fuera de establecimiento comercial», en S. CÁMARA LAPUENTE (dir.) / E. ARROYO I AMAYUELAS, (coord.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores: más allá de la Directiva sobre derechos de los consumidores y del Instrumento Opcional sobre un derecho europeo de la compraventa de octubre de 2011*, Civitas Thomson Reuters, Navarra, 2012, pp. 285-286).

<sup>26</sup> En torno a este argumento y al análisis del concepto de consumidor desde la perspectiva hermenéutica y doctrinal, *vid.* J.I. PAREDES PÉREZ, «Derecho de los consumidores. Doctrina: Noción de consumidor contratante», *Revista de responsabilidad civil, circulación y seguro*, núm. 10, 2006, pp. 55-57; M. AUDIT, «L'interprétation autonome du droit international privé communautaire», *Journal du droit international*, núm. 3, 2004, p. 790.

<sup>27</sup> STJCE 20 enero 2005, as. C-464/01, *Gruber*.

<sup>28</sup> La regulación protectora sólo entra en juego ante el «consumidor final privado» que no participa en actividades comerciales o profesionales (*Vid.* sobre la interpretación de este concepto: C. ESPLUGUES MOTA, «Noción de consumidor. Delimitación de la misma en el artículo 13 del Convenio de Bruselas de 1968 sobre competencia judicial internacional, reconocimiento y ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil», *Comunidad Europea Aranzadi*, núm. 12, 1993, pp. 961-965; M. GUZMÁN ZAPATER, «Cesión de crédito y noción de consumidor: segunda decisión del TJCE sobre la competencia judicial internacional en materia de contratos de consumo en el Convenio de Bruselas. Comentario a la STJCE de 19 de enero de 1993», *La Ley Comunidades Europeas*, núm. 82, pp. 1-7; A. RODRÍGUEZ BENOT, «Delimitación de la noción de consumidor en la contratación internacional a los fines de la determinación del órgano judicial competente según el Convenio de Bruselas de 1968», *La Ley*, 1997-6, D-344, pp. 1651-1660).

En este punto se hace necesario aclarar que se restringe la posibilidad en aquellas situaciones en las que las asociaciones de consumidores<sup>29</sup> ejerciten acciones en favor de éstos, pues la cuestión es que no serán consideradas consumidores<sup>30</sup>, puesto que el contrato no ha sido celebrado por un consumidor y profesional, y el objeto del proceso no se refiere a un contrato sino a materia no contractual, como es la declaración general de la ilicitud de ciertas condiciones generales de la contratación<sup>31</sup>.

**13.** En lo que respecta a la otra parte contratante, sujeto con el que contrata el consumidor, éste ha de ser un profesional, es decir, aquel que actúa en el tráfico jurídico no como mero particular sino inmerso en una actividad profesional. Es decir, de tal situación se debe predicar un desequilibrio de fuerzas que ha de caracterizar a dicha relación contractual<sup>32</sup>.

Cuando las adquisiciones realizadas por los profesionales no se relacionan con el tráfico peculiar de su profesión, éstos podrían ser considerados como consumidores y usuarios. No obstante, hay que tener en cuenta que normalmente los profesionales se encuentran en una situación si no de superioridad,

<sup>29</sup> Es indispensable que el demandante o demandado en un procedimiento sea el propio consumidor de manera personal, excluyéndose la posibilidad de utilizar estos foros de protección por parte de las asociaciones de consumidores para ejercitar acciones colectivas. Igualmente, se excluye de la condición de consumidor a aquella persona que realiza un contrato cuyo objeto es una actividad profesional, aunque ésta se prevea para un momento posterior (*Vid.* E. FERNÁNDEZ MASIÁ, “Protección de los intereses colectivos de los consumidores y actividades ilícitas transfronterizas en la Unión Europea”, *Estudios de Consumo*, núm. 56, 2001, pp. 9-14). Las acciones colectivas de reparación es una gran desconocida en la mayoría de los ordenamientos jurídicos, pues sólo están previstas en Bulgaria, Alemania, Dinamarca, Francia y Grecia; es estos países el derecho al ejercicio de este tipo de tutela recae en las asociaciones de consumidores o en un organismo público como es el caso de Dinamarca (*Vid.* J.I. PAREDES PÉREZ, “Licencias de Derechos de propiedad y las acciones colectivas en el Reglamento “Bruselas I”: una aproximación desde la perspectiva de los intereses de los consumidores”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 9, 2009, pp. 362-363). El hecho de que el recurso colectivo se caracterice porque en la posición de demandante está incluida una colectividad de afectados que permanecen ausentes al proceso, ha llevado a debatir sobre si debería aplicarse el principio de proximidad razonable a los mismos, para respetar el proceso debido y asegurarse la existencia de competencia judicial internacional también en relación con los miembros del grupo demandante. Dicho principio siempre ha de operar en relación con el demandado, pero como quiera que en la acción colectiva se pueden resolver derechos económicos de ausentes, también habría que garantizar que el tribunal es próximo al grupo. La cuestión de la competencia judicial internacional se aborda de una manera rígida, por ello la vinculación razonable del tribunal al asunto concierne tanto al demandado como a quienes ocupen la posición de demandante (*Vid.* L. CARBALLO PIÑEIRO, “La construcción del mercado interior y el recurso colectivo de consumidores”, en F. ESTEBAN DE LA ROSA, (ed.), *La protección del consumidor en dos espacios de integración: Europa y América. Una perspectiva del Derecho internacional, europeo y comparado*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2015, pp. 1069-1071). La regulación de los procesos colectivos es un tema pendiente en Europa; es una realidad que este fenómeno globalizador en las relaciones comerciales ha supuesto un elevado incremento del riesgo de abuso hacia la parte más débil de estas relaciones jurídicas, es decir, los consumidores y pequeñas empresas. Se trata de un fenómeno predicable de las relaciones comerciales en sentido amplio. Desde la perspectiva del Derecho Europeo, la Comisión ha incrementado su interés en materia de derecho de la competencia y derecho de consumo, como ámbitos en los que la justicia de colectivos y grupos de litigantes adquiere una visible importancia no solo desde la perspectiva judicial sino también de las ADRs. La legislación europea ha previsto un modo rápido y eficiente de reclamar un título ejecutivo en procesos transfronterizos de escasa cuantía y para créditos no impugnados (*Vid.* E. MARTÍNEZ GARCÍA, “Las acciones colectivas de consumo en la Unión Europea”, en J.L. GÓMEZ COLOMER / S. BARONA VILAR / M.P. CALDERÓN CUADRADO (coords.), *El derecho procesal español del siglo XX a golpe de tango: Liber Amicorum, en homenaje y para celebrar su LXX cumpleaños*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2012, pp. 1317-1319).

<sup>30</sup> Los foros previstos en la Sección 4ª, sólo pueden invocarse cuando la acción colectiva, no sea más que una acumulación de acciones contractuales individuales, y por consiguiente, los actores sean los propios consumidores (litisconsorcio activo), o cuando la asociación actúa como mero representante en nombre y por cuenta de los consumidores, es decir, en los supuestos de legitimación extraordinaria por representación (*Vid.* M. VIRGOS SORIANO / F.J. GARCIMARTÍN ALFÉREZ, *Derecho Procesal Civil Internacional. Litigación Internacional*, Thomson Civitas, Navarra, 2007, pp. 173-174).

<sup>31</sup> El Alto Tribunal Europeo, incide en la imposibilidad de ejercitar acciones subrogándose en la posición del consumidor afectado, por lo que pone coto al ejercicio de acciones por cualquier otra persona en el lugar del consumidor (*Vid.* STJCE 19 enero 1993, as. C-89/91, *Shearson Lehman Hutton*).

<sup>32</sup> E. FERNÁNDEZ MASIÁ, “Contratos de consumo y competencia judicial internacional en el Reglamento Comunitario 44/2001”, *Estudios sobre consumo*, núm. 63, 2002, p. 15. El desequilibrio de fuerzas por sí solo no permite poner en funcionamiento el juego de los foros en materia de contratos celebrados por los consumidores, siempre es necesario la presencia de un consumidor en la relación contractual, quedando excluidos aquellos pequeños comerciantes que contratan con grandes empresas, y ello porque tales sujetos operan con la nota de profesionalidad en el mercado (*Vid.* L.F. CARRILLO POZO, “Comentario al artículo 13”, en CALVO CARAVACA, A.L. (ed.), *Comentario al Convenio de Bruselas relativo a la competencia judicial y a la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil*, Universidad Carlos III, Madrid, 1994, pp. 276-277).

sí más ventajosas que el simple consumidor, en razón de sus conocimientos técnicos, de las informaciones de que dispone y a menudo de sus capacidades financieras<sup>33</sup>.

En la propia jurisprudencia comunitaria encontramos la exigencia en la que se enuncia que para que se proteja al consumidor, la otra parte contratante ha de ser un verdadero profesional. Es decir, no serán de aplicación las normas de consumo en aquellos contratos que estén celebrados entre dos personas que realizan actividades comerciales o profesionales<sup>34</sup>.

### 3. Tipología contractual: especial atención al art. 17.1.c) Reglamento (UE) 1215/2012

14. En el estudio de los contratos de consumo, se hace necesario indicar que en el momento de la delimitación de los tribunales competentes es necesario recordar que sólo los contratos recogidos en el art. 17, apartado 1, estarán incluidos como contratos de consumo. Es decir, no todo contrato en el que participa un consumidor es un contrato de consumo protegido por el Reglamento (UE) 1215/2012; debe tratarse de los siguientes que a continuación se detallan.

En primer lugar, que se considere una venta a plazos de mercaderías [(art. 17.1 a)]<sup>35</sup>; en segundo término, que sea un préstamo a plazos o de alguna otra operación vinculada a la financiación de la venta de tales bienes [(art. 17.1 b)]; y por último aquellos contratos en los que el cocontratante del consumidor ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro donde está domiciliado el consumidor o por cualquier medio dirija dichas actividades al Estado miembro o varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato esté comprendido en el marco de dichas actividades [(art. 17.1 c)]<sup>36</sup>. En relación a esta última formulación, el Alto Tribunal europeo ha señalado que es aplica-

<sup>33</sup> Si tenemos en cuenta que la protección ofrecida a los consumidores responde a la necesidad de equilibrar situaciones jurídicas donde una de las partes está en situación de inferioridad, resulta excesivamente problemático una asimilación sistemática en este sector en la que intervienen pequeños y medianos empresarios, existiendo el riesgo de difuminar la noción misma de consumidor. Problema distinto son los actos realizados por los profesionales que se salen fuera de la esfera de su competencia, pues en estos casos sí que son profanos y corren el riesgo de encontrarse en una situación de inferioridad comparable con la del consumidor. En definitiva, la noción de consumidor se moverá entorno a dos concepciones: unas más amplia y otra más estricta: la primera, busca proteger a toda persona que contrata fuera de su profesión; y la segunda centra su atención en no extender en exceso la protección del consumidor (Vid. G.A. BOTANA GARCÍA, “La protección de los consumidores en los contratos electrónicos”, *Actualidad civil*, núm. 3, 2015, pp. 56-58).

<sup>34</sup> STJUE 5 diciembre 2013, as. C-508/12, *Walter Vapenik* [...procede constatar que tampoco existe un desequilibrio entre las partes en una relación contractual como la controvertida en el litigio principal, a saber entre dos personas que no realizan actividades comerciales o profesionales. Por tanto, dicha relación no puede someterse al régimen de protección aplicable respecto de consumidores que celebran contratos con personas que realizan actividades comerciales o profesionales (Fundamento núm. 33)]. En el Derecho interno español, consumidor puede ser persona física o jurídica, siempre que actúe con propósito ajeno a su actividad profesional. Dicha persona jurídica no puede tener una actividad empresarial o profesional, ni actuar con ánimo de lucro. Inclusive se considerarán consumidores a entes que sin personalidad jurídica, como las comunidades de vecinos, contraten sin ánimo de lucro y al margen de su actividad comercial o empresarial (Vid. M<sup>a</sup>.T. ÁLVAREZ MORENO, *La protección jurídica del consumidor en la contratación en general (normas imperativas y pactos al respecto)*, Reus, Madrid, 2015, pp. 26-27). Hay autores que consideran que no es acertada la calificación de consumidor hacia las personas jurídicas, puesto que una de las razones que justifican la protección del consumidor radica en que, a diferencia de los empresarios, los consumidores carecen de una organización que les permita «autoprotegerse», circunstancia que no concurriría en los casos de las personas jurídicas, aunque actuaran sin ánimo de lucro (Vid. C. LASARTE ÁLVAREZ, *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, Dykinson, Madrid, 2014, pp. 62-63).

<sup>35</sup> La STJCE 29 abril 1999, as. C-99/96, *Hans-Hermann Mietz*, aclara el concepto de venta a plazo de mercaderías. No estarán concebidas como ventas a plazos, aquellas en que el precio se deba pagar de manera íntegra, aunque sea en distintos plazos, antes de la entrega del bien al comprador. Es decir, debe existir una transmisión de la posesión del bien al comprador antes del pago completo del precio (Vid. M. REQUEJO ISIDRO, “HANS HERMANN MIETZ V: INTERSHIP YACHTING SNEEK BV: venta a plazos y medidas cautelares, y otras cosas (que el tribunal no resuelve): Comentario a la STJCE de 27 de abril de 1999”, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, núm. 3, 1999, pp. 1990-1993).

<sup>36</sup> Solamente protege a los consumidores pasivos, también llamados «sedentarios» o «estáticos». Para que se pueda aplicar este foro de competencia judicial internacional es necesario que la operación contractual repercuta en el mercado del país donde está domiciliado el consumidor. Es este sentido, se exige que, o bien el profesional ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor, o bien, que por cualquier medio dirija tales actividades al Estado miembro del domicilio del consumidor o a varios Estados miembros, incluido el del domicilio del consumidor, siempre que el contrato se incluya en el marco de dichas actividades (Vid. E. CASTELLANOS RUIZ, *Régimen jurídico de los consumidores: competencia judicial internacional y ley aplicable*, Comares, Granada, 2010, pp. 12-13).

ble a contratos entre presentes, por lo que protege al consumidor frente a las mencionadas tácticas de «deslocalización»<sup>37</sup>.

15. El *Stream-of-Commerce* se produce cuando el empresario dirige mediante Internet un *e-mail* publicitario<sup>38</sup> a un posible consumidor domiciliado en otro Estado o cuando el empresario dispone de una página *web* comercial por la que expresamente se pueden adquirir productos o servicios por parte de los consumidores domiciliados en un país concreto<sup>39</sup>. Se trata del «mercado de conquista» del empresario<sup>40</sup>. Lo que se ha de tener en cuenta, es que no presentan plena protección vía Reglamento comunitario aquellos consumidores que traspasan las fronteras de su Estado de residencia habitual para contratar con un profesional si la publicidad<sup>41</sup> no se le ha enviado al Estado miembro de su domicilio, es decir, no protege a los consumidores denominados activos<sup>42</sup>.

Si bien es cierto que esta inclusión realizada por el legislador europeo, está pensada esencialmente para las contrataciones realizadas a través de Internet<sup>43</sup>. La red de redes<sup>44</sup>, ha comportado un

<sup>37</sup> STJUE 6 septiembre 2012, as. C-190/11, *Yusufi*.

<sup>38</sup> Cuando el prestador de servicios envíe correos electrónicos publicitarios a los consumidores domiciliados en uno o varios Estados miembros, o cuando su página web esté diseñada de forma específica para facilitar información sobre sus productos o servicios y la contratación de los mismos, habrá que entender que está dirigiendo de forma intencionada sus actividades comerciales o profesionales hacia esos mercados en el sentido de lo dispuesto en el apartado c) del artículo 17.1 del Reglamento (UE) 1215/2012. En ambos casos, -comunicaciones por correo electrónico o acceso a través de lo que se denomina página web interactiva- la conexión con el domicilio del consumidor resulta evidente al objeto de determinar la competencia judicial internacional de sus tribunales en la contratación electrónica B2C (*Vid.* R. LAFUENTE SÁNCHEZ, “El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores”, *CDT*, Vol. 4, núm. 2, 2012, pp. 194-195). En el caso de los prestadores que proveen servicios a escala global, con presencia de contenidos en español relativos a la prestación del servicio y que tienen un número muy elevado de usuarios en España no resultará normalmente problemático concluir que las actividades de tales prestadores en el marco de las cuales se integran sus contratos con consumidores con residencia habitual en España se encuentran dirigidas, entre otros países, a España (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, “Entretenimiento en línea y protección de los consumidores, *IDP: revista de Internet, derecho y política = revista d’Internet, dret i política*, núm. 15, 2012, p. 24).

<sup>39</sup> En los supuestos de contratación a través de página web interactivas se permite la comunicación bidireccional en línea, de modo que el mensaje será transmitido y recibido en el mismo momento. Más problemática gira en torno al correo electrónico. Podría equiparse al correo postal, pues en ambos casos, el remitente envía su comunicación a través de una tercera parte; la correspondencia llega al mail box del destinatario y el mensaje no es leído hasta que sea abierto por el receptor. No es un medio interactivo, ni facilita el intercambio simultáneo de información, aunque permite recibir la aceptación de la oferta contractual en segundos, también pueden transcurrir horas, días o semanas antes de que se lea o conteste el mensaje (*Vid.* A. LARA AGUADO, “La formación del contrato de consumo electrónico”, en F. ESTEBAN DE LA ROSA (ed.), *La protección del consumidor en dos espacios de integración: Europa y América. Una perspectiva del Derecho internacional, europeo y comparado*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2015, pp. 322-323).

<sup>40</sup> Este «mercado de conquista» en la contratación *on line*, en principio, puede ser cualquier mercado estatal. No es necesario que el consumidor haya realizado los actos necesarios para su celebración dentro del Estado de su domicilio; por lo que también quedarían protegidos los contratos en los que el consumidor se desplaza al extranjero y allí realiza el encargo (*Vid.* E. CASTELLANOS RUIZ, “El concepto de actividad profesional “dirigida” al Estado miembro del consumidor: stream-of-commerce”, *CDT*, Vol. 4, núm. 2, 2012, pp. 79-80).

<sup>41</sup> El empleo de Internet con finalidad comercial ha ido unido a la aparición de un gran número de formatos publicitarios: *baners* o etiquetas y botones; ventanas emergentes (*pop-us-windows*); ventanas con spot publicitario (*superstitials*); inserción de textos publicitarios en mensajes de correo electrónico (*e-text*). El carácter novedoso y cambiante de algunos formatos publicitarios utilizados en Internet, junto a la heterogénea presentación de contenidos y su configuración como método interactivo abren múltiples posibilidades de proporcionar información publicitaria, siendo importante que se ponga a disposición de los destinatarios de manera que no pueda inducir a error (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, *RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD TRANSFRONTERIZA*, Iustel, Madrid, 2005, pp. 177-178).

<sup>42</sup> P.A. NIELSEN, “Art. 15”, en U. MAGNUS / P. MANKOWSKI, (eds.), *Brussels I Regulation*, 2ª ed., Sellier, Munich, 2012, p. 380.

<sup>43</sup> La consecuencia última de esta previsión no es otra que la de aceptar la posibilidad de que, en el ámbito de la Unión Europea, las empresas que practican el comercio electrónico podrán ser demandadas ante los tribunales de los Estados miembros donde están domiciliados los destinatarios de sus actividades (*Vid.* C. MARTÍN BRAÑAS, “El Reglamento 44/2001 una evolución en materia de consumo”, *Diario La Ley*, núm. 7706, 2011, versión *on line*).

<sup>44</sup> La red de redes crece, en numerosos ámbitos, a un ritmo imparable. Este hecho, se puede afirmar, augura unas transformaciones muy significativas en el escenario empresarial. Incluso a este respecto se puede manifestar que las transacciones comerciales operadas a través de tal canal representan una aportación tecnológica que conlleva un alto poder innovador para las empresas. Representa una pieza clave en el despegue y la consolidación de Internet en general y el comercio electrónico en particular. Este último, incluye la contratación electrónica en sentido estricto y la publicidad interactiva (*Vid.* A.J. MONROY ANTÓN / D. LÓPEZ JIMÉNEZ, “El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor”, *Innovar: revista de ciencias administrativas y sociales*, Vol. 23, núm. 47 (enero-marzo), 2013, pp. 41-42).

incremento sin precedentes del comercio electrónico transfronterizo de consumo<sup>45</sup>, sobre todo por la posibilidad que brinda a los consumidores y usuarios para poder adquirir bienes y servicios desde la comodidad de su propia casa<sup>46</sup>, sin que lleguen a ser realmente conscientes de que el contrato que están concluyendo posee carácter internacional<sup>47</sup>.

16. A la hora de proceder al análisis del art. 17.1 c), debemos iniciarlo en base a dos condiciones esencialmente basadas en el comportamiento del empresario<sup>48</sup>: por un lado, que la parte contratante ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor, y por otro que la parte contratante dirija, por cualquier medio, sus actividades comerciales o profesionales al Estado miembro del domicilio del consumidor. En cuanto a la primera premisa, serán competentes los tribunales del Estado donde el empresario desarrolla su actividad comercial, es decir, el «mercado natural del empresario»; y en cuanto a la segunda condición, el empresario debe dirigir su actividad comercial al Estado miembro donde está domiciliado el consumidor o a varios Estados miembros, siempre que este último este comprendido entre todos ellos; es decir, es el empresario el que decide introducirse

<sup>45</sup> A pesar de los esfuerzos por alcanzar un mayor nivel de seguridad jurídica en la regulación de la contratación electrónica, aún queda mucho camino por recorrer para que este objetivo se pueda satisfacer. En el marco de la UE, las normas están fragmentadas y son sectoriales, lo que conlleva un alto grado de complejidad y parece que están concebidas para colmar lagunas más que para atender una política concreta de desarrollo del comercio electrónico; esta diversidad de normas con incidencia en la contratación electrónica es especialmente perceptible en los casos en que una de las partes contratantes es consumidor (*Vid.* A. LARA AGUADO, “Formación del contrato electrónico”, en S.A. SÁNCHEZ LORENZO (ed.), *Derecho contractual comparado: una perspectiva europea y transnacional*, Civitas Thomson Reuters, Navarra, 2013, pp. 542-543). Las normas vigentes en España en materia de defensa de consumidores siguen siendo fragmentarias y dispersas. La Unión Europea, en el proceso de armonización normativa tendente a establecer una protección homogénea para los consumidores y usuarios en el mercado interior, se decanta por la utilización de las llamadas «directivas de mínimos», de tal forma que los diferentes Estados Miembros, una vez garantizado el «suelo» que la norma establecía en el nivel de protección de los consumidores, podrían incrementar éste, estableciendo normas más estrictas que incrementasen los deberes de los operadores económicos (*Vid.* J. ÁLVAREZ RUBIO, “Algunas consideraciones en torno al presente y futuro del Derecho de Consumo en España”, en J.L. TOMILLO URBINA (dir.), J. ÁLVAREZ RUBIO (coord.), *La protección jurídica de los consumidores en el Espacio Euroamericano*, Comares, Granada, 2014, pp. 293-298).

<sup>46</sup> Nadie puede dudar que el comercio electrónico haya revolucionado la actividad económica al favorecer la prestación de servicios y la obtención de productos sin necesidad de desplazamiento por parte del consumidor al establecimiento comercial. El consumidor que actúa a través de la web ve su condición de debilidad reforzada por las características del medio virtual. Ante esta especial circunstancia, la temática de la tutela internacional del consumidor merece especial atención del legislador para así conferir seguridad jurídica a aquellos sujetos que comprar o adquirieren servicios por medios electrónicos. Si bien, se debe tener en cuenta, que la mayoría de los productos que se ofertan a través de Internet únicamente precisan de la manifestación del consentimiento del consumidor a través de sencillas fórmulas –*clickwrap agreement*– (*Vid.* S.L. FELDSTEIN DE CÁRDENAS, “La (des) protección del consumidor transfronterizo: tres hitos en el Derecho Latinoamericano contemporáneo”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 14-15, 2014-2015, pp. 781-782).

<sup>47</sup> En los contratos internacionales de consumo no opera típicamente el lugar de ejecución del contrato como criterio atributivo de competencia. En cambio, en los contratos de prestación de servicios en línea, debe partirse de los términos del propio contrato para concretar el lugar de ejecución o prestación relevante al efecto (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, “El lugar de ejecución de los contratos de prestación de servicios como criterio atributivo de competencia”, en J.J. FORNER I DELAYGUA / C. GONZÁLEZ BEILFUSS / R. VIÑAS FARRÉ (coords.), *Entre Bruselas y La Haya: Estudios sobre la unificación internacional y regional del Derecho internacional privado. Liber amicorum Alegría Borrás*, Marcial Pons, Madrid, 2013, pp. 304-307).

<sup>48</sup> Sólo hay contrato de consumo si una de las partes es un verdadero profesional y no opera en el tráfico jurídico a título meramente particular, es decir, al margen de cualquier actividad. Esta interpretación es muy próxima a lo contenido en el Reglamento (CE) 593/2008 «Roma I», pues exige de manera expresa en su art. 6, apartado 1, que el contratante se efectivamente un profesional. Por ello, y al hilo de la jurisprudencia comunitaria, las normas protectoras de los contratos concluidos por los consumidores, no serán aplicables a aquellos celebrados entre dos personas que realizan actividades comerciales o profesionales (*Vid.* STJUE 5 diciembre 2013, as. C-508/12, *Vapenik*; el Alto Tribunal europeo insiste en que las normas especiales de competencia en materia de contratos celebrados por los consumidores no se aplican a los contratos celebrados entre dos personas que realizan actividades comerciales o profesionales de manera que dichas normas tampoco pueden aplicarse a los contratos celebrados entre dos personas que no realizan dichas actividades puesto que no existe ningún desequilibrio entre ellas. Los consumidores solo merecen protección en la medida en que son la parte débil del contrato [Fundamento núm. 33]). Así, las normas de competencia judicial previstas por el Reglamento (UE) 1215/2012 en materia de contratos celebrados por los consumidores sólo se aplican cuando se trata de cierto tipo de contrato o cuando el consumidor se considera como pasivo, en cambio, el Reglamento 805/2004 no prevé dichas limitaciones, imponiendo únicamente como lo hace también el Reglamento (UE) 1215/2012 que el contrato se haya celebrado por una persona, el consumidor, para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad profesional (*Vid.* M. LÓPEZ DE TEJADA RUIZ, “El concepto de consumidor en el marco del título ejecutivo europeo para créditos no impugnados: Comentario a la STJ de 5 de diciembre de 2013 (*Vapenik*)”, *La Ley Unión Europea*, mes 13, 2014, pp. 27-30).

mediante actos comerciales concretos en la esfera comercial dónde está situado el consumidor; es el denominado «mercado de conquista»<sup>49</sup>.

Ante este postulado, se puede afirmar que los consumidores que se desplazan a otro Estado miembro para adquirir bienes o servicios, si la publicidad no se les ha enviado al Estado miembro de su domicilio, no se les otorga protección y cobertura<sup>50</sup>.

17. En definitiva, se protege al consumidor pasivo, que es el consumidor que ha sido asaltado en el país de su domicilio por un profesional domiciliado en otro Estado miembro<sup>51</sup>. Queda sin protección jurisdiccional el consumidor activo, consumidor que se desplaza a otro Estado comunitario para adquirir bienes o servicios<sup>52</sup>, a menos que se trate de una venta a plazos de mercaderías o préstamo a plazos,

<sup>49</sup> Cuando la parte contratante ejerza su actividad en el Estado miembro donde se encuentre domiciliado el consumidor es denominado en el Derecho internacional privado norteamericano «Doing Business»; ahora bien, si la parte contratante no ejerza sus actividades comerciales en el Estado miembro del domicilio del consumidor pero desea introducirse en el mismo, se considera entonces que tiene una vocación clara de penetrar en un mercado que no es su mercado natural, y subyace el fenómeno denominado «Internacional Stream-of-Commerce» (Cfr. A.L. CALVO CARAVACA, / J. CARRASCOSA GONZÁLEZ, *Conflictos de leyes y conflictos de jurisdicción en Internet*, Colex, Madrid, 2001, p. 85).

<sup>50</sup> Al menos que se trate de una venta a plazos de mercaderías o préstamo a plazos, caso en el que siempre están protegidos. Es necesario resaltar que los contratos de transporte (a excepción de los viajes combinados [Vid. STJCE 30 abril 2002, as. C-400/00, *Club-Tour*; STJUE 7 diciembre 2010, as. C-585/08 y C-144/09, *Peter Pammer y Hotel Alpenhof*]), los contratos de seguro (disponen de reglas propias contenidas en la Sección 3ª del Capítulo II) y los contratos enmarcados bajo las competencias exclusivas (art. 24 Reglamento (UE) 1215/2012), no son considerados contratos de consumo y por lo tanto no están bajo la protección de la Sección 4ª del Capítulo II del Reglamento (UE) 1215/2012. Tampoco lo estarán aquellos supuestos en los que aun interviniendo un consumidor no ha llegado a celebrarse un contrato formalmente (Vid. STJUE 20 enero 2005, as. C-27/02, *Engler* [Vid. A. VAQUER ALOY, / M. RIVERA SALAZAR, “La promesa unilateral y la sentencia “Engler””. Algunas consideraciones en vistas al marco común de referencia (Sentencia TJCE de 20 de enero de 2005, Asunto C-27/02)”, *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad de Granada*, núm. 9, 2006, pp. 455-468; K. FELKE / J. BERREBI / R. JORDANS, “ECJ judgment C-27/02, 20 January 2005, *Engler v. Janus Versand GmbH - Entitlement of a consumer to who mmis leading advertising has beensent to seekpayment, in judicial proceedings, of the prize which he has ostensibly won*”, *European review of privatelaw*, núm. 1, 2006, pp. 129-142; B. AÑOVEROS TERRADAS, “Delimitación de los supuestos internacionales en los que se justifica el fórum actoris a favor del consumidor”, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, núm. 3, 2005, pp. 1737-1744.]). En todo caso, para que resulten sin lugar a duda aplicables los foros de protección en materia de contratos celebrados por los consumidores, es preciso que el profesional muestre de manera clara y sin lugar a duda la voluntad de obligarse con el consumidor, y por supuesto, éste deberá aceptar la propuesta contractual ofrecida por el empresario; es decir, estaremos ante un contrato cuando la oferta en firme, suficientemente clara e inequívoca, de una parte es seguida de aceptación por la otra parte (Vid. STJCE 14 mayo 2009, as. C-180/06, *Ilsinger*; [Para un análisis exhaustivo del pronunciamiento, vid. M. REQUEJO ISIDRO, “La promesa de premio en la Jurisprudencia del TJCE (A propósito del asunto C-180/06, *Ilsinger*)”, *Noticias de la Unión Europea*, núm. 316, 2011, pp. 125-135]).

<sup>51</sup> Existe problemática cuando se entrecruzan relaciones contractuales internacionales y domésticas; sería el caso en el que la adquisición de un producto por el consumidor pasivo a través de internet a un proveedor establecido en otro Estado miembro, habiendo acordado que el pago del precio se financie mediante un contrato crediticio celebrado con un prestamista establecido en el Estado donde tiene su domicilio el consumidor. La independencia de las relaciones de un contrato internacional de compraventa de consumo con el contrato doméstico de crédito que se procura por su cuenta el consumidor para financiar aquélla evita cualquier posibilidad de que la internacionalidad del primero la traspase al segundo, que se ha de estimar como interno (Vid. J.I. PAREDES PÉREZ, “La internacionalidad del contrato de consumo en el Reglamento de Bruselas I: Comentario a la STJUE de 14 de noviembre de 2013, Asunto C-478/2012, *Maletic lastminute.com GmbH*”, *La Ley Unión Europea*, mes 17, 2014, pp. 33-34).

<sup>52</sup> Por lo tanto, todo empresario que dispone de un *website* interactivo visible en un país y que incita a la contratación a distancia en ese determinado Estado, si recibe pedidos procedentes de ese país, pedidos que son aceptados por el empresario, está desplegando «actividades dirigidas» a ese Estado y en caso de conflicto el consumidor puede verse protegido por las normas especiales de competencia judicial, de los art. 17 a 19 del Reglamento (UE) 1215/2012. Sin embargo, si el *web site* tiene *disclaimers* o declaraciones limitando la oferta a un número determinado de Estados y excluyendo los otros, si un consumidor del Estado excluido contrata con este empresario o proveedor a través de esa página web, no estaría cubierto por la protección que confieren los artículos anteriores, ya que estaríamos ante un consumidor activo y le serían aplicables las normas generales del Reglamento en materia contractual (Vid. A. HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, “La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario: cuestiones de Derecho Internacional Privado”, *Estudios sobre consumo*, núm. 79, 2006, p. 26). La contratación a distancia se puede realizar utilizando alguno de los siguientes instrumentos: impresos, cartas normalizadas, publicidad en prensa, catálogos, radio, videotexto, correo electrónico, fax y televisión. Quedan excluidas, las ventas celebradas en subastas, los contratos sobre servicios financieros, los contratos celebrados con los operadores de telecomunicaciones debido a la utilización de los teléfonos públicos (Vid. M<sup>a</sup>.J. REYES LÓPEZ, *Manual de Derecho Privado de Consumo*, 2ª ed., La Ley, Madrid, 2012, pp. 292-293). La idea básica que subyace en la contratación a distancia es la distancia física que separa a las partes que celebran el contrato, empresario y consumidor. El dato importante relevante es la separación física de las partes; cuestión distinta es que a consecuencia de la técnica utilizada las emisiones de voluntad de las partes requieran un intervalo de tiempo o puedan

caso en el que siempre está protegido, como ya se ha señalado. En el supuesto de que el consumidor se considere activo, éste no puede demandar en el país de su domicilio, pues el empresario no penetró en su mercado, sino que es el consumidor el que acudió al mercado del empresario; por ello, el consumidor debe correr el riesgo de litigar en el país en cuyo mercado se sumerge voluntariamente<sup>53</sup>.

#### 4. Contratos *on line*

18. Ciertamente para valorar si un sitio de Internet va dirigido a un determinado país cabe entender que deben tomarse en consideración todos los elementos que permitan apreciar si, básicamente por su configuración, contenido y las actividades de sus responsables, el sitio web trata de captar clientes o influir en un determinado mercado<sup>54</sup>.

En general, la comercialización de productos a través de la web<sup>55</sup>, especialmente dirigida hacia el mercado donde el consumidor tiene su domicilio, es susceptible de quedar amparada bajo la forma de contrato de consumo<sup>56</sup>.

Con ello, lo que se pretende es reforzar la protección al consumidor, ya que en caso de Internet se hace más difícil determinar el lugar en que se realizan los actos necesarios para la celebración del contrato. Cabe pensar en aquellos casos en los que el contrato ha sido celebrado directamente a través de

---

hacerse de forma simultánea. Una cuestión es determinar el régimen aplicable en cuanto a contrato a distancia, y otra distinta el régimen aplicable a la perfección de los contratos (*Vid.* N. FERNÁNDEZ PÉREZ, “La reforma del régimen legal de los contratos fuera de establecimiento mercantil y a distancia”, *Revista de derecho mercantil*, núm. 295, 2015, versión *on line*). Uno de los principales inconvenientes que presenta la contratación a distancia, es la falta de asentamiento físico conocido por parte de los empresarios, de ahí la necesidad de implantar un registro público de este tipo de empresas (*Vid.* M. RUIZ MUÑOZ, “Tutela de los consumidores en el comercio electrónico”, *Revista de la contratación electrónica*, núm. 90, 2008, pp. 7-8).

<sup>53</sup> E. CASTELLANOS RUÍZ, *Régimen jurídico de los consumidores: competencia judicial internacional y ley aplicable*, Comares, Granada, 2010, pp. 14-15. Existe un sector de la doctrina que estima que se ha superado la tradicional distinción entre consumidores activos y pasivos, porque el legislador comunitario ha desviado su mirada de la conducta del consumidor para centrarse en la intención del prestador de servicios. En un entorno en el que la localización de las partes puede resultar incierta o incluso artificiosa, la actuación del empresario reflejada a través de la Red constituye un elemento más cierto y fiable para delimitar el ámbito de protección que debe concederse al consumidor (*Vid.* A. BATALLA TRILLA, “Contratación electrónica y jurisdicción competente: el concepto de “actividades dirigidas en el nuevo sistema comunitario””, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, núm. 2, 2004, pp. 1858-1874).

<sup>54</sup> Entre los elementos que pueden ser relevantes, cabe mencionar: el idioma en que esté redactado el sitio; la moneda en que estén expresados los precios; la presencia de direcciones locales de contacto; la existencia de avisos legales acerca de los mercados en los que se comercializan o están disponibles los productos o servicios; el volumen de transacciones con sitio web en medios locales de un país o dirigidos, entre otros, a ese país o la inclusión de enlaces a su sitio en directorios locales del domicilio del demandado (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, “Contratación comercial internacional”, en J.C. FERNÁNDEZ ROZAS / R. ARENAS GARCÍA / P.A. DE MIGUEL ASENSIO, *Derecho de los negocios internacionales*, Iustel, Madrid, 2013, pp. 320-321). En el ámbito de la contratación electrónica el empleo de un determinado idioma también puede proporcionar un indicio de la voluntad del operador de dirigir sus actividades a un determinado mercado, lo cual resultará determinante para caracterizar el contrato celebrado por consumidor (*Vid.* P. OREJUDO PRIETO DE LOS MOZOS, “El idioma en el contrato en el derecho Internacional Privado”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 10, 2010, pp. 175-178; N. MARCHAL ESCALONA, *EL NUEVO RÉGIMEN DE LA NOTIFICACIÓN EN EL ESPACIO JUDICIAL EUROPEO*, Comares, Granada, 2002, p. 232).

<sup>55</sup> El comercio electrónico es una de las formas de intercambio comercial que conviven en la sociedad globalizada; su conocimiento y perfeccionamiento son factores fundamentales que deben ser implantados en el ámbito mercantil internacional. La descripción, identificación, precio y forma de pago del producto, son elementos fundamentales para crear confianza y credibilidad en los consumidores bajo esta forma comercial (*Vid.* C. PARRA RODRÍGUEZ, “La regulación jurídica internacional del comercio electrónico”, en J.L. COLLANTES GONZÁLEZ / B. DE LA VEGA JUSTRIBÓ (coords.), *Derecho internacional económico y de las inversiones internacionales*, Vol. 2, Palestra Editores, Pueblo Libre, Perú, 2009, pp. 36-37).

<sup>56</sup> Si acudimos a la STJUE 7 diciembre 2010, as. C-585/08 y C-144/09, *Peter Pammer y Hotel Alpenhof*, el Alto Tribunal Europeo, establece los indicios que figuran en las expresiones derivadas de la voluntad del vendedor en su relación con los consumidores, por ejemplo, cuando ofrece sus servicios o sus bienes en varios Estados miembros designados específicamente o cuando incurre en gastos en un servicio de remisión a páginas web en Internet prestado por una empresa que explota un motor de búsqueda con el fin de facilitar el acceso a su sitio a consumidores domiciliados en esos otros Estados miembros. En cambio no forman parte de esos indicios la mención en una página web de la dirección electrónica o postal del vendedor, ni la indicación de sus números de teléfono sin prefijo internacional, ya que estos tipos de información no ponen de manifiesto si el vendedor dirige su actividad a uno o varios Estados miembros (*Vid. in extenso* análisis de la citada sentencia, L. MANIGRASSI, “Justice, liberté, sécurité (arrêt “Pammer & Hotel Alpenhof”)”, *Revue du droit de l'Union Européenne*, núm. 1, 2011, pp. 138-144; J. CLAUSNITZER, “EuGH, 7. 12. 2010 - C-585/08, C-144/09: Gerichtsstand bei Verbraucherverträgen via Internetangebot - Peter Pammer / Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG und Hotel Alpenhof GesmbH / Oliver Heller”, *Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht*, Vol. 22, núm. 3, 2011, pp. 98-105).

la página web del empresario que ha resultado accesible en el país del consumidor, se puede apreciar con mucha claridad la existencia de una vinculación entre el contrato celebrado y la actividad del empresario en el país del domicilio del consumidor. También parece razonable poder considerar que el mencionado vínculo existe cuando la consulta de la página web ha sido el motivo que ha determinado al consumidor realizar las gestiones necesarias para celebrar el contrato<sup>57</sup>.

19. Si el consumidor no dispone en el momento de la conclusión del contrato de una conexión a Internet, ni conoce la página web del empresario cuya actividad se dirigía a su país, cabe ciertamente entender que esta situación no ha de traer por consecuencia la aplicación de los foros de protección, en cuanto el contrato queda claramente desvinculado de la actividad del empresario<sup>58</sup>. Pero hay que tener en cuenta que una interpretación demasiado amplia perjudicaría a la empresa, pero una demasiado estricta tendría como consecuencia debilitar los derechos del consumidor<sup>59</sup>.

Concretar si un sitio web va o no dirigido al país del domicilio del consumidor resulta una cuestión controvertida<sup>60</sup>. La tradicional distinción entre sitios activos y pasivos<sup>61</sup>, tiene escasa importancia al

<sup>57</sup> En aquellos casos en los que la página web del profesional o su intermediario tenga una orientación global que a pesar de no estar específicamente dirigida a un Estado miembro puede concluir de manera más o menos continua contratos con consumidores residentes en la Unión, ello permitiría atendiendo a los indicios del TJUE determinar esa intencionalidad de manera análoga a aquellos casos en los que el profesional tiene su establecimiento dentro de la UE. La posibilidad de recurrir a herramientas de geolocalización para controlar la localización de los clientes que pueden acceder a la página web favorece la argumentación de que cuando el profesional tienen una página web internacionalmente orientada, puede concluirse que dichas actividades profesionales están dirigidas a la UE (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, “Competencia judicial y protección de los derechos de la personalidad en Internet”, *Diario La Ley*, núm. 7787, 2012).

<sup>58</sup> El elemento temporal también puede de interés para verificar la existencia de la vinculación necesaria entre la actividad del empresario en el país del consumidor y el contrato celebrado. En efecto, el cumplimiento del requisito implica que la actividad del empresario no se ha dirigido, ni se ha realizado, en el país del consumidor como consecuencia de un contrato previo entre el empresario y el consumidor, pues en este caso no cabe apreciar la vinculación necesaria entre la actividad previa del empresario y el contrato celebrado. En este sentido, no se puede tener en cuenta la actividad dirigida al país del consumidor a través de páginas web cuando éstas han comenzado a aparecer con posterioridad a la celebración del contrato con el consumidor, ni tampoco la existencia de esas páginas con anterioridad, cuando el contrato se ha celebrado tras la cancelación de dichas páginas (*Vid.* F. ESTEBAN DE LA ROSA, “El papel del nexo de causalidad en el sistema europeo de competencia internacional de los contratos de consumo: ¿una condición para el olvido?”, *La Ley Unión Europea*, mes 11, 2014, versión *on line*).

<sup>59</sup> Las nuevas tecnologías y en concreto Internet ha supuesto que esta cuestión sea muy controvertida y las normas aplicables no contienen ninguna definición al respecto. La publicidad en Internet tienen un alcance global y es en principio accesible desde todos los Estados. De acuerdo con este dato, habrá que analizar en cada caso concreto si concurren indicios suficientes para entender que el vendedor dirige su actividad a otro Estado al Estado donde tiene domicilio el consumidor. Tarea más difícil es encontrar el punto de equilibrio entre los intereses en conflicto (*Vid.* A. PANIZA FULLANA, “La Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Española (Gran Sala) de 7 de diciembre de 2010: algunos aspectos relativos a la protección del consumidor en la contratación de servicios turísticos en Internet”, *Aranzadi Civil: Revista Doctrinal*, núm. 11, 2011, pp. 58-60).

<sup>60</sup> Hay autores que consideran que cobra relevancia la distinción entre páginas activas y páginas pasivas, es decir, entre aquellas que permiten al consumidor la adquisición directa del producto o servicio por medios electrónicos, interactuando a través de la web; y aquellas otras en las que el consumidor no puede adquirir directamente en Internet, utilizándose la página como mero escaparate de negocio. En el primer supuesto, nos encontramos ante un criterio casi determinante de la voluntad del prestador de dirigir su actividad al Estado miembro del domicilio del consumidor, que se fundamenta en la celebración del contrato y en la falta de empleo de medios técnicos que impidan la adquisición a consumidores domiciliados en dicho territorio. En cuanto a las páginas pasivas operaría la presunción contraria, es decir, no se podría interpretar que el prestador dirige su actividad al Estado del domicilio del consumidor, por el mero hecho de que la página sea accesible desde dicho Estado (*Cfr.* P. MÁRQUEZ LOBILLO, “Aplicación de las normas comunitarias sobre competencia judicial a los contratos de consumo electrónicos: interpretación del art. 15.1. c del Reglamento 44/2001”, en G.J. JIMÉNEZ SÁNCHEZ / A. DÍAZ MORENO, (dirs.), J. BRENES CORTÉS / I. LÓPEZ DE LA TORRE / M. PACHECO CAÑETE (coords.), *Estudios de Derecho del Comercio Internacional. Homenaje a Juan Manuel Gómez Porrúa*, Marcial Pons, Madrid, 2013, p. 675). Valorar la voluntad del profesional para precisar el concepto de «actividad dirigida» no contenida ni en el Reglamento (UE) 1215/2012 ni en el Reglamento (CE) 593/2008, hace necesario acudir a la jurisprudencia y así entrelazar la relación entre ambos instrumentos comunitarios (*Vid.* E. LEIN, “The New Rome I / Rome II / Brussels I Synergy”, *Yearbook of Private International Law*, Vol. 10, 2008, pp. 177-198; F. POCAR, “Some Remarks on the Relationship between the Rome I and Brussels I Regulations”, en F. FERRARI / S. LEIBLE, (eds.), *Rome I Regulation. The Law Applicable to Contractual Obligations in Europe*, Sellier, Munich, 2009, pp. 343-348).

<sup>61</sup> Cuando ni del contenido de la página ni del comportamiento del empresario pudiera deducirse ningún tipo de intención de traficar en el mercado del consumidor, la página web debería ser considerada pasiva y, por tanto, los consumidores que realizaran algún tipo de operación con el empresario serían consumidores activos y no gozarían de la regulación tuitiva contenida en nuestro sistema de Derecho internacional privado. Es decir, serían tratados exactamente igual que un profesional. El carácter activo de la página no se debería a su configuración sino a otros factores externos, como por ejemplo la publicidad de la página

concretar si una web se dirige a un país<sup>62</sup>; lo determinante es que el sitio esté configurado de tal manera que quepa entender que trata de captar clientes en el mercado del domicilio del consumidor y no que esos clientes hayan contratado a través del propio sitio web, pues pueden haber utilizado un medio diferente para contratar<sup>63</sup>.

Mediante el uso de esas tecnologías puede llegar a ser posible con un alto grado de fiabilidad para el titular de un sitio web conocer el país en el que se encuentra ubicado el ordenador desde el que un usuario trata de acceder a sus contenidos o contratar sus servicios o productos.

### III. Foros protectores hacia el consumidor: ¿Interpretación estricta?

**20.** El Reglamento (UE) 1215/2012, establece en su art. 17<sup>64</sup>, los foros que otorgan un régimen particular más beneficioso para el consumidor, debido a que es la parte dentro de la relación contractual, considerada más débil y jurídicamente menos experimentada<sup>65</sup>.

Pues bien, cuando el consumidor y el empresario, están domiciliados en algunos de los Estados que forman parte del ámbito espacial del Reglamento (UE) 1215/2012, el consumidor puede ejercitar su derecho a demandar a su cocontratante, a su elección, ante los tribunales siguientes: o bien, puede interponer la demanda ante los tribunales del Estado miembro en que estuviera domiciliado el empresario, o bien, ante los tribunales del Estado miembro, donde está su propio domicilio<sup>66</sup>. Estos foros son *intuitu personae*: el consumidor es el único con legitimidad procesal activa para invocarlos. Es una regla de protección estrictamente procesal y por ello inalienable: el consumidor no puede ceder los derechos procesales que le otorga la Sección 4ª a un tercero. Si el consumidor cediese su derecho material a un tercero (no consumidor), se aplicaría el régimen general<sup>67</sup>.

---

fuera de la Red en el país del consumidor (en prensa, televisión, etc.) o la inclusión de hipervínculos en páginas locales que redireccionarán al consumidor al sitio en el que se ubicara la página del profesional extranjero (*Vid.* I. HEREDIA CERVANTES, “Consumidor pasivo y comercio electrónico internacional a través de páginas Web”, *Revista jurídica Universidad Autónoma de Madrid*, núm. 5, 2001, pp. 86-87).

<sup>62</sup> No es de suma importancia que el sitio web sea interactivo o pasivo, pues según las circunstancias del caso un sitio web pasivo puede ser equivalente a dirigir actividades comerciales o profesionales a otros Estados miembros. Sin embargo, parte de la doctrina entiende que si el sitio web es pasivo, no existiría *Stream-of-Commerce*, es decir, no se entendería que el empresario dirige su actividad mediante Internet al país del domicilio del consumidor. Aunque la publicidad comercial sea visible en un país, la imposibilidad de actuar de modo interactivo online para adquirir productos o servicios revelaría la voluntad del vendedor de no entrar en el mercado nacional de que se trate (*Vid.* E. CASTELLANOS RUIZ, “Contrato internacional de consumo: voluntad de dirigir la actividad profesional al estado miembro del consumidor”, *Revista Aranzadi de derecho patrimonial*, núm. 34, 2014, pp. 166-167).

<sup>63</sup> Una de las vías a través de las cuales las empresas de comercio electrónico que pretenden operar en varios mercados organizan su estructura es mediante la creación de sitios diferentes para los diversos países, no sólo como mecanismo que ayuda al control de los riegos legales sino también como respuesta necesaria ante las diferentes preferencias lingüísticas, sociales y culturales existentes según los países, también en el seno de la UE (*Vid.* P.A. DE MIGUEL ASENSIO, “Mercado global y protección de los consumidores”, en L. COTINO HUESO (coord.), *Consumidores y usuarios ante las nuevas tecnologías*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2008, pp. 163-167).

<sup>64</sup> Dicho precepto emplea el término “persona” sin delimitar si el concepto de consumidor se refiere solo a personas físicas o incluye también los supuestos en los que la contraparte es una persona jurídica (*Vid.* V. ANDREEVA ANDREEVA, “Licencias de derechos de propiedad y protección de los consumidores en el Reglamento Bruselas I y su articulación con el Reglamento Roma I”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 9, 2009, p. 377).

<sup>65</sup> En los contratos con condiciones generales celebrados vía web, pueden ser valorados en base a que la parte compradora pudiera llegar a ser considerada parte débil en la relación contractual al poseer menos capacidad de negociación en el momento de la aceptación del clausulado con condiciones generales (*Vid.* D. CARRIZO AGUADO / A. ÁLVAREZ RODRÍGUEZ, “Determinación de la competencia judicial internacional en aquellos contratos con condiciones generales celebrados vía on line: Análisis de la validez formal del pacto de sumisión expresa materializado con un “clic” en página web”, *Unión Europea Aranzadi*, núm. 7, 2015, p. 83).

<sup>66</sup> En cuanto al primer foro de competencia, si el empresario profesional demandado se identifica en su página web con su domicilio aparente diferente de su domicilio real, habrá que estimar que el consumidor demandante debe poder demandar tanto en el país del domicilio ficticio, como en el país del domicilio real del empresario profesional. En ambos foros, es indiferente la situación física de los ordenadores desde los que se contrata y es indiferente también la situación física del servidor en la que se aloja la *web page* que permite la contratación electrónica (*Vid.* J. CARRASCOSA GONZÁLEZ, “Operaciones internacionales de consumo”, en A.L. CALVO CARAVACA / J. CARRASCOSA GONZÁLEZ, *Derecho Internacional Privado*, Vol. II, 15ª ed., Comares, Granada, 2014, pp. 956-957).

<sup>67</sup> *Cfr.* M. VIRGOS SORIANO / F.J. GARCIMARTÍN ALFÉREZ, *Derecho Procesal Civil Internacional. Litigación Internacional*, Thomson Civitas, Navarra, 2007, p. 173.

En cambio, cuando la acción es interpuesta por el empresario contra el consumidor, sólo podrán ser competentes para conocer de la misma los tribunales del Estado miembro en el que estuviera domiciliado el consumidor<sup>68</sup>.

**21.** En todo caso, si en el *iter* procedimental, no se conociere el domicilio del consumidor ni se disponen de indicios probatorios que permitan llegar a la conclusión de que el demandado está efectivamente domiciliado fuera o dentro del territorio comunitario<sup>69</sup>, se debe acudir al criterio del último domicilio conocido del consumidor, para así garantizar un justo equilibrio entre los derechos del demandante y del demandado<sup>70</sup>. El consumidor demandado que no dispone de un domicilio conocido frente a terceros (demandado invisible) crea, con esa actitud un riesgo cuyas consecuencias debe asumir; y la consecuencia más relevante de dicho comportamiento consiste en que puede ser demandado ante los tribunales del país de su último domicilio conocido<sup>71</sup>. No obstante, el órgano jurisdiccional que está resolviendo el litigio debe haberse cerciorado de que se han llevado a cabo todas las investigaciones que exigen los principios de diligencia y buena fe para encontrar al demandado<sup>72</sup>.

#### IV. Epílogo

**22.** El principal postulado y razonamiento ofrecido por el TJUE consiste en reiterar la interpretación estricta que debe hacerse de las reglas de competencia judicial internacional recogidas en los foros de protección para los consumidores.

El Alto Tribunal europeo considera que, ante la existencia de una relación contractual anterior en la cual no existía duda de justificar la «actividad dirigida» necesaria para la inclusión y calificación como contrato de consumo, en virtud de lo establecido en el 17.1. c) Reglamento (UE) 1215/2012, el consumidor no debe quedar sujeto a las normas generales de contratación en lo que respecta al segundo contrato, dada la estrecha relación causal existente entre ambos.

**23.** La gran novedad que presenta el juzgador europeo estriba en aceptar que ciertos contratos, por el hecho de presentar una estrecha vinculación con una relación contractual anterior entre las mismas partes, bajo una relación de causalidad, pueden verse beneficiados del foro protector específico previsto para la figura del consumidor.

**24.** Por ende, debe activarse el foro del domicilio del consumidor bajo un planteamiento de vinculación que posibilita interrelacionar el primer contrato con el segundo, para así quedar comprendido este último, al igual que el primero, en el marco de las actividades que el profesional dirige al Estado del domicilio del consumidor. Dada la relación económica nuclear que presentan ambos, ello permite dar cabida a una interpretación más beneficiosa e integrar en el concepto de consumidor a personas que inicialmente no gozaban de tal estatus.

<sup>68</sup> Se garantiza así la protección del consumidor *on line* que sólo puede verse demandado en el país de su domicilio, sin que tenga que desplazarse para defenderse ante los tribunales del domicilio del profesional (*Vid.* E. CASTELLANOS RUÍZ, *Régimen jurídico de los consumidores: competencia judicial internacional y ley aplicable*, Comares, Granada, 2010, pp. 18-19).

<sup>69</sup> El derecho del consumidor a reclamar en su propio domicilio frente a profesionales de terceros Estados, no impide aplicar las legislaciones nacionales que articulen otros foros de competencia a favor del consumidor. Sería contradictorio, que un consumidor, parte débil, no pudiera invocar los foros exorbitantes de las legislaciones nacionales respecto de un demandado domiciliado en un tercer Estado, al tiempo que lo puede hacer cualquier otro demandante que no tienen esa posición desigual (*Vid.* A. ESPINIELLA MENÉNDEZ, “Contratos de consumo en el tráfico comercial UE-Terceros Estados”, *Anuario español de derecho internacional privado*, núm. 14-15, 2014-2015, pp. 291-293).

<sup>70</sup> *Vid.* STJUE 17 noviembre 2011, as. C-327/10, *Hypoteční banka* (fundamento núm. 42).

<sup>71</sup> El consumidor demandado que esconde su domicilio actual puede prever, que puede ser demandado ante los tribunales del Estado en cuyo territorio tuvo su último domicilio conocido (*Vid.* J. CARRASCOA GONZÁLEZ / J.M. ALMUDÍ CID, “Contratos internacionales de consumo”, en M. YZQUIERDO TOLSADA / J.M. ALMUDÍ CID / M.A. MARTÍNEZ LAGO, (coords.), *Contratos: civiles, mercantiles, públicos, laborales e internacionales, con sus implicaciones tributarias*, Vol. 17, Thomson Reuters Aranzadi, Navarra, 2014, pp. 788-791).

<sup>72</sup> *Cfr.* J.C. FERNÁNDEZ ROZAS / S. SÁNCHEZ LORENZO, *Derecho Internacional Privado*, 7ª ed., Civitas Thomson Reuters, Navarra, 2013, p. 591.