

# LA CONTRATACIÓN A DISTANCIA Y LA REFORMA OPERADA EN EL REGISTRO DE EMPRESAS DE VENTAS A DISTANCIA

LUISA MARÍA ESTEBAN RAMOS

Profesora contratada Doctora  
*Universidad de Valladolid*

## SUMARIO

- I. *Introducción*
- II. *La contratación a distancia*
  1. *Concepto*
  2. *Notas caracterizadoras de los contratos a distancia*
  3. *El derecho de información y el derecho de desistimiento en la contratación a distancia*
- III. *La reforma en la regulación del Registro de empresas de ventas a distancia*

## I. INTRODUCCIÓN

La pretensión del presente trabajo no es la de abordar el régimen de los contratos a distancia sino, básicamente, la de dejar constancia de la reciente reforma llevada a cabo en la regulación del Registro de empresas de ventas a distancia. Sin embargo, si nos ha parecido oportuno hacer una rápida referencia a algunos de los aspectos de la contratación a distancia, ya que este tipo de actividad es el que constituye el objeto de las empresas que acceden al mencionado Registro.

Cuando abordamos el estudio de los contratos a distancia<sup>(1)</sup> en el derecho español han de tenerse en cuenta, principalmente<sup>(2)</sup>, dos normas distintas: la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, Ley 7/1996, de 15 de enero (en adelante LOCM), y el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (en adelante TRLGD-CU). La LOCM regula las ventas a distancia en el Capítulo II, del Título III, arts. 38 y ss. El TRLGD-CU dedica a los que denomina contratos celebrados a distancia, dentro de los que se incluyen las ventas, el Título III, del Libro II, arts. 92 y ss.

---

<sup>(1)</sup> La contratación a distancia no es una materia nueva en la legislación española ya que de ella se han ocupado todos los códigos de derecho privado, que se han centrado en el problema de la determinación del momento en que se entienda producida la perfección del contrato.

<sup>(2)</sup> Aunque no de forma exclusiva.

Ante esta doble regulación<sup>(3)</sup>, se plantea como primera cuestión la de determinar el ámbito de aplicación de cada una de las normas. Para ello puede servirnos de guía el Preámbulo del TRLGDCU, donde expresamente se señala que esta norma incorpora las *disposiciones destinadas a regular las relaciones jurídicas con los consumidores en los contratos a distancia de bienes y servicios contenidas en la Ley 7/1996, de 15 de enero de Ordenación del Comercio Minorista*. Como consecuencia, y según también señala el citado Preámbulo, *la regulación sobre contratos a distancia contenida en la Ley 7/1996, de 15 de enero, queda vigente para la regulación de las relaciones empresariales*. En definitiva, el TRLGDCU estaría reconociendo la subsistencia del régimen contenido en la LOCM para las ventas a distancia y delimitando el ámbito de aplicación de cada una de ellas<sup>(4)</sup>. Así, y en principio, habría que entender que la LOCM resultaría aplicable a las relaciones entre empresarios, mientras que la LGDCU lo sería a las relaciones entre empresarios y consumidores<sup>(5)</sup>. No obstante, hay que recordar que la LOCM conserva, en determinados artículos, referencias explícitas a los consumidores, es el caso, por ejemplo, de sus arts. 39 y 40, lo que pone de manifiesto cierta incongruencia en la actuación del legislador.

En el ámbito del Derecho Comunitario, ha de tenerse en cuenta la Directiva 97/7/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia<sup>(6)</sup>, Directiva que fue adaptada a nuestro

<sup>(3)</sup> El ámbito de la contratación a distancia se caracteriza por la dispersión legislativa. *Id.* TRIGO GARCÍA, M. B., «Derecho Contractual Europeo, fragmentación y legislación sectorial. La contratación a distancia, un caso paradigmático», *Derecho Contractual Europeo*, 2009, págs. 588 y ss.

<sup>(4)</sup> PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., «Reflexiones críticas acerca del régimen legal de las operaciones a distancia (en los contratos celebrados con consumidores y en las ventas entre empresarios) tras la entrada en vigor del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre», *Derecho de los Negocios*, n.º 209, 2008, pág. 7. La diferencia de regulación de ambas normas no sólo afecta al ámbito subjetivo sino también al objetivo, en el sentido de que la LOCM no regula la contratación de servicios a distancia por los empresarios; TRIGO GARCÍA, M. B. *op. cit.*, pág. 592. La contratación de servicios a distancia entre profesionales carece hoy día de previsión legal; JUSTE MENCIA, J., «La protección del consumidor...», *cit.*, pág. 404. Aunque en relación con redacción de la LOCM cuando aun no se había aprobado el TRLGDCU, nos recuerda la postura que ha mostrado nuestro legislador que es remiso a respetar las peculiaridades que presenta la previsión de un derecho a desistirse de un contrato sobre servicios.

<sup>(5)</sup> PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, págs. 7-9. Para quien no es correcta la interpretación que entendía que la LOCM, en lo relativo a las operaciones a distancia, era aplicable tanto a los consumidores como a los empresarios y que por ello, la actuación del reglamentador con el TRLGDCU era correcta ya que lo único que había hecho era extraer al consumidor del régimen de las operaciones a distancia, dejando subsistente la LOCM para sus otros destinatarios naturales, los empresarios. El autor no está de acuerdo entre otras razones, porque la LOCM conserva todavía hoy referencias a los consumidores en alguno de los artículos dedicados a las ventas a distancia, con lo cual, si se descaía excluir de la LOCM la protección del consumidor, en estos casos, para llevarla al TRLGDCU, no son suficientes las derogaciones realizadas.

<sup>(6)</sup> La Ley 47/2002, de 19 de diciembre, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia y para la adaptación de la ley a diversas Directivas Comunitarias, dio nueva redacción al Capítulo II, arts. 38 a 48, de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista. La Ley de Ordenación del Comercio Minorista había sido redactada de conformidad con los primeros documentos y proyectos de la Directiva que luego se modificaron en aspectos relevantes. *Id.* PASQUAU LIAÑO, M., «La contratación a distancia: teoría general del contrato, protección de los consumidores y armonización europea», *Responsa Iurisperitorum Digesta*, III, 2000, pág. 268. Afirma que España corrió demasiado aprobando un régimen para las ventas a distancia dentro de la LOCM, cuando aún se estaba discutiendo a nivel comunitario. En el mismo sentido, BERCOVITZ, A., «Notas sobre los aspectos jurídico-mercantiles de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista (LCM)», *Estudios de Derecho Mercantil. Homenaje al Profesor Justino Duque Domínguez*, vol. II, Valladolid, 1998, pág. 950. Reconoce que esta forma de actuación del legislador se produce en más de una ocasión y provoca graves inconvenientes vinculados a las modificaciones legales que vienen impuestas por las directivas y que se podrían haber evitado; JUSTE MENCIA, J., «Contratación a distancia y protección de los consumidores en el Derecho comunitario europeo. Algunas consideraciones sobre la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 1997», *Estudios de Derecho Mercantil. Homenaje al Profesor Justino Duque Domínguez*, vol. II, Valladolid, 1998, págs. 1011 y ss. Este trabajo, que se elaboró después de la aprobación de la Directiva y antes de la modificación sufrida por la LOCM para adaptarla a la

ordenamiento con la Ley 47/2002, de 19 de diciembre, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia y para la adaptación de la ley a diversas Directivas Comunitarias.

Son diversas las razones<sup>(7)</sup> que justifican la necesidad de un régimen jurídico específico para los contratos realizados a distancia, ya que en ellos concurren una serie de circunstancias, tales como la relativa a la dificultad para identificar al proveedor, el que el objeto del contrato se conoce a través de informaciones suministradas por el proveedor y no por su examen directo que no se dan en otros supuestos contractuales y que originan especiales riesgos. Dentro de estos riesgos, destaca el hecho de que estos contratos al utilizar técnicas de comunicación que buscan la inmediatez en la contratación, llegan más cerca de los ámbitos de intimidad del consumidor que otras técnicas. Esto origina que el contratante se encuentre en una situación de desventaja, al no haber podido formar adecuadamente su voluntad ya que se reduce el tiempo de reflexión. Por esas especialidades, y para evitar que de ellas deriven perjuicios irreparables para el adquirente o consumidor, es por lo que se establece un régimen jurídico especial para este tipo de operaciones, con el que se pretende que aquél pueda conocer mejor los términos de la actuación que pretende realizar.

Por otra parte, no debe olvidarse que en el ámbito de la contratación a distancia se ha producido una importante evolución en los últimos tiempos que reclama la intervención del legislador<sup>(8)</sup>. La contratación a distancia no implica actos esporádicos, sino que constituye una verdadera modalidad de contratación en la que nos encontramos, además de indudables ventajas, ciertos riesgos a los que se debe atender por parte del legislador.

## II. LA CONTRATACIÓN A DISTANCIA

### 1. Concepto

Conforme al art. 38 LOCM, son ventas a distancia las que se celebran sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.

Este concepto no difiere en esencia del contenido en el art. 92 TRLDCU, no obstante, aquí se habla, como ya hemos apuntado, de contratos celebrados a distancia<sup>(9)</sup> y no de ventas. Por otra parte, deja claro que la normativa contenida en el mismo se aplica solamente a los contratos a distancia que se celebren entre empresarios y consumidores. No alude expresamente a la figura del empresario, pero sí a los contratos celebrados en el marco de una actividad empresarial<sup>(10)</sup>, con lo cual habría que entender incluida la referencia al mismo.

---

misma, pone de manifiesto la necesidad de la modificación y pretende, además, que esas páginas sean una aproximación a la materia para esa necesaria modificación.

<sup>(7)</sup> PASQUAU LIAÑO, M. *op. cit.*, págs. 282-283.

<sup>(8)</sup> PASQUAU LIAÑO, M. *op. cit.*, pág. 268; JUSTE MENCIA, J. «Contratación...», *op. cit.*, pág. 1011.

<sup>(9)</sup> PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 9. El que se produzca esta coincidencia se justifica en que no podía ser de otro modo, ya que la habilitación al Gobierno no legitima para alterar ni la literalidad ni el contenido de los preceptos que refunde.

<sup>(10)</sup> PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 9 Para quien esta referencia a la actividad empresarial no era necesaria en la medida en que la condición de consumidor sólo cabe apreciarla en relación a un empresario o profesional con el que se contrata.

Tanto en la LOCM como en el TRLGDCU se incluyen determinados supuestos a los que no resulta aplicable la regulación contenida en los mismos o que no lo es de manera preferente<sup>(11)</sup>.

## 2. Notas caracterizadoras de los contratos a distancia

— La primera nota que caracteriza la contratación a distancia es la circunstancia de que el contrato se celebra sin la presencia física simultánea de ambas partes.

En la teoría clásica de la contratación, la problemática que presentan los contratos celebrados entre contratantes que no se encuentren en el mismo lugar, los denominados contratos entre ausentes, se centra en la determinación del momento en que se entiende producida la perfección del contrato. La solución que al respecto se establece está hoy día unificada en el CC y en el CCo<sup>(12)</sup>, entendiéndose que la perfección se produce desde que se conoce la aceptación y, para el caso en que se utilicen dispositivos automáticos, desde que se manifiesta la aceptación.

La no presencia física simultánea se refiere a la distancia física entre las partes, y es esa distancia<sup>(13)</sup> la que ocasiona determinados riesgos. Tanto para la LOCM como para el TRLGDCU, lo importante es que exista esa distancia física entre los contratantes, no teniendo relevancia el hecho de que la distancia física vaya acompañada, también, de una distancia temporal entre las distintas declaraciones de voluntad<sup>(14)</sup>, lo cual, determina que sea irrelevante el método de comunicación utilizado<sup>(15)</sup>, a diferencia de lo que ocurre en la teoría clásica.

En lo relativo al momento en que debe darse esa distancia física entre los contratantes, puede servirnos de ayuda el art. 2.1 de la Directiva 97/7/CE<sup>(16)</sup>, donde se dice que las técnicas de comunicación a distancia deben de utilizarse de forma exclusiva hasta la celebración del contrato, incluida la propia celebración del mismo. Lo mismo se deriva de los términos utilizados tanto por la LOCM como por el TRLGDCU, y esto es conforme con la justificación de un régimen específico para las ventas a distancia, justificación que desaparecería si se pudiera examinar el producto en cualquier momento anterior a la prestación de su consentimiento<sup>(17)</sup>.

— La oferta y la aceptación se han de realizar, de forma exclusiva, a través de una técnica de comunicación a distancia.

(11) *Id.* arts. 38.3 a 7 LOCM y 92.2, 93 y 94 TRLGDCU, que incluyen esas excepciones y particularidades.

(12) Véanse los arts. 1262 CC y 54 CCo. En cuanto a la unificación de los criterios recogidos en ambos artículos, téngase en cuenta la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

(13) JUSTE MENCIA, J., «Contratación...», *op. cit.*, pág. 1020, y en «La protección del consumidor en la contratación a distancia. En particular, los contratos celebrados por medios electrónicos», *Estudios de Derecho Judicial, Derecho del consumo: acceso a la justicia, responsabilidad y garantía*, 37, 2001, pág. 396. La distancia ha de entenderse en su sentido literal de falta de presencia física.

(14) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 11.

(15) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 12.

(16) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, págs. 12-13. Califica de poco precisos los términos utilizados por la Directiva aunque sí son expresivos de la finalidad de la norma.

(17) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 13. Alude a las grandes dificultades que tendrían los empresarios para probar, de haberse producido, que el adquirente ha podido verificar los extremos del bien o servicio objeto del contrato. Dificultad de prueba que, en ocasiones, conducirá a que se apliquen indebidamente las normas que integran el régimen de los contratos a distancia.

Los contratos a distancia se caracterizan por la utilización de medios de comunicación a distancia<sup>(18)</sup>, lo que implica la no presencia física simultánea de las partes a la que acabamos de hacer referencia<sup>(19)</sup>.

La definición de técnica de comunicación a distancia aparece recogida en el art. 2 de la Directiva 97/7/CE en los siguientes términos: todo medio que permita la celebración del contrato entre un consumidor y un proveedor sin presencia física simultánea del proveedor y del consumidor.

Las técnicas de comunicación a distancia se han visto multiplicadas en los últimos tiempos y lo importante de las mismas es que resulten aptas para permitir la comunicación entre las partes<sup>(20)</sup>.

La LOCM no alude a técnicas de comunicación a distancia en concreto. Sí lo hacen, sin embargo, el TRLGDCU y el Anexo I de la Directiva 97/7/CE. También aparece un listado en el art. 5 del Real Decreto 200/2010, de 26 de febrero, al que posteriormente haremos referencia. Las enumeraciones contenidas en estos tres textos normativos son coincidentes, salvo por la referencia al correo electrónico<sup>(21)</sup>, que no aparece en el Real Decreto 200/2010 y sí lo hace en los otros dos. En cualquier caso, estas enumeraciones no han de ser entendidas de manera taxativa, lo que permitirá incluir otras técnicas distintas a las enumeradas<sup>(22)</sup>.

Si observamos las distintas técnicas recogidas en las normas mencionadas, se aprecia una importante heterogeneidad entre las mismas<sup>(23)</sup>, en la medida en que se incluyen tanto medios clásicos de comunicación como medios derivados de la última tecnología.

En una misma contratación puede utilizarse más de un medio de comunicación a distancia<sup>(24)</sup>.

Para que existan este tipo de contratos, es preciso que alguien ponga a disposición del proveedor estas técnicas de comunicación. Esos sujetos son, como señala el art. 95 TRLDCU, los operadores de las técnicas de comunicación a distancia a quienes corresponde procurar, en la medida de sus posibilidades, que los empresarios respeten los derechos de los consumidores<sup>(25)</sup>.

— La oferta y la aceptación se han de realizar dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor o empresario.

(18) TRIGO GARCÍA, M. B., *op. cit.*, pág. 588. En los contratos a distancia, lo que se regula es una técnica de contratación.

(19) PASQUAU LIANO, M., *op. cit.*, págs. 283-284. No hay contrato a distancia cuando existe contacto personal en algún momento.

(20) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 14.

(21) MATA, M. A., «La protección al consumidor en la contratación a distancia», *Revista de Derecho y Tecnología*, 8, 2006, pág. 81. Define el comercio electrónico como aquel que consiste en realizar transacciones comerciales con base en el tratamiento y transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y video.

(22) MATA, M. A., *op. cit.*, pág. 85, en relación con la Directiva 97/7/CEE; PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 12.

(23) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 14. Alude a la agrupación, realizada por la doctrina, de dichas técnicas distinguiéndose cuatro categorías: las relativas a medios impresos; las que empleen sistemas telefónicos y el fax; las realizadas a través de televisión y radio y las realizadas por correo electrónico. Clasificación que, dice, es simplemente expositiva y no se extrae de ella ninguna consecuencia más.

(24) MATA, M. A., *op. cit.*, pág. 85. Es el caso del sistema de teletienda donde concurren el teléfono y la televisión.

(25) Esta prescripción aparecía con anterioridad contenida en el art. 48.2 LOCM, en la actualidad derogado por la Ley 1/2007, de 16 de noviembre.

Con este requisito se quiere excluir del ámbito de aplicación de las normas que regulan la contratación a distancia, aquellos contratos que se celebran con carácter ocasional en esta forma<sup>(26)</sup>.

### 3. EL DERECHO DE INFORMACIÓN Y EL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN A DISTANCIA

En el contenido de los contratos a distancia destacan, de forma especial, dos derechos reconocidos al comprador o usuario, y que le permiten protegerse de los riesgos que este tipo de contratación conlleva para los mismos. Estos derechos son: el derecho de información, que aparece reforzado para estos supuestos, y el derecho de desistir libremente del contrato celebrado<sup>(27)</sup>.

#### — Derecho de información

De los diversos riesgos que origina la contratación a distancia, la desinformación del consumidor o del comprador ocupa un lugar destacado<sup>(28)</sup>. Para evitar los daños que puedan derivar de la falta de información, el legislador establece, tanto en la LOCM como en el TRLGDCU<sup>(29)</sup>, un derecho de información a cargo del vendedor o proveedor. Un derecho de información reforzado llevará a que el derecho de desistimiento se utilice en menor medida<sup>(30)</sup>.

Ese deber de información se impone tanto en el momento anterior al inicio del procedimiento de contratación, como en el momento de la ejecución del contrato; es decir, cuando ya es cierto que se va a celebrar el mismo.

Con la imposición del deber de información en dos momentos diferentes se logra, por un lado, que el comprador o consumidor disponga, con tiempo suficiente, de una información que le permita formar adecuadamente su voluntad sin perjudicar al vendedor o proveedor y, por otro, y para el supuesto de que se celebre el contrato, que la información sea más adecuada.

La información que se le exige al proveedor no presenta las mismas características en los dos momentos señalados. Así, mientras que la que tienen lugar al inicio de la fase contractual puede proporcionarse por cualquier técnica que sea adecuada al medio de comunicación a distancia utilizado, la posterior tiene que constar necesariamente por escrito o en un soporte de naturaleza duradera<sup>(31)</sup>. Estas exigencias marcan una diferencia entre ambas informaciones, de manera que la primera puede ofrecerse, incluso, verbalmente, cosa impensable en la segunda. En cualquier caso, la información debe facilitarse de manera clara, inequívoca y comprensible.

(26) PENDÓN MELÉNDEZ, M. A., *op. cit.*, pág. 18. Se trata de que estos supuestos no supongan una forma significativa en su actividad negocial.

(27) JUSTE MENCIA, J., «La protección del consumidor...», *cit.*, pág. 403.

(28) PASQUAU LIAÑO, M. *op. cit.*, págs. 285-286.

(29) *Vid.* arts. 40 y 47 LOCM y 97 y 98 LGDCU.

(30) JUSTE MENCIA, J., «La protección del consumidor...», *cit.*, pág. 408. El riguroso cumplimiento de los deberes de información deberá provocar una utilización residual del derecho de desistimiento.

(31) ZUBIRI DE SALINAS, M., *op. cit.*, pág. 216. Se trata de una forma *ad probationem* y no *ad solemnitatem* que afecte a la validez del contrato.

La información previa alude a los aspectos básicos del contrato tales como identidad del proveedor, características esenciales del producto...<sup>(32)</sup>. El tema de la información previa se relaciona con la prohibición de envíos no solicitados a que hacen referencia los arts. 42 LOCM y 100 TRLGDCU<sup>(33)</sup>.

La información que se proporciona en el momento de la ejecución del contrato encuentra su fundamento, se dice<sup>(34)</sup>, en el reconocimiento legal del derecho de desistimiento.

#### — Derecho de desistimiento

Este derecho<sup>(35)</sup>, como el anterior, está en directa conexión con el hecho de que el consumidor no ha, como señala el Considerando 14 de la Directiva, tenido la posibilidad de ver el producto o de conocer las características del servicio antes de celebrar el contrato<sup>(36)</sup>.

Nos encontramos ante un derecho que ha sido calificado como el principal instrumento de protección del consumidor en los contratos celebrados a distancia<sup>(37)</sup>.

Es necesario destacar, como nota más relevante de este derecho, el hecho de que no es necesaria la alegación de motivos que justifiquen su ejercicio y que su ejercicio no supone ninguna penalización para su titular.

Este derecho viene regulado, en lo que se refiere al Derecho Comunitario, en el art. 6 de la Directiva 97/7/CE. De esta norma se ha dicho<sup>(38)</sup> que reconoce dos facultades diferentes: un derecho de desistimiento, libremente ejercitable sin necesidad de alegar ningún motivo que lo justifique, y la facultad de resolver el contrato, que tendría como presupuesto el incumplimiento o el cumplimiento defectuoso por parte del empresario de los deberes de información que se le imponen, y que esa doble facultad debería tenerse en cuenta en el proceso de adaptación de la Directiva al derecho español. Lo cual parece que ha sido así, ya que al regular el derecho de desistimiento en el art. 44 LOCM se habla de desistir del contrato y de resolución del mismo.

<sup>(32)</sup> ZUBIRI DE SALINAS, M., «La contratación electrónica como contratación a distancia», *Revista Aragonesa de la Administración Pública*, 2001, Extra 4, pág. 207. Las menciones que constan en la oferta son condiciones predispuestas por los empresarios, por lo que se trata de condiciones generales tal y como se definen en la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

<sup>(33)</sup> Así, JUSTE MENCIA, J., «La protección del consumidor...», *cit.*, pág. 412. Señala que estas normas, aunque relacionadas con la contratación a distancia de forma indirecta, responde más bien a la limitación de la utilización de técnicas agresivas o molestas por parte de los empresarios y en «Contratación...», *op. cit.*, págs. 1025-1026. El bien jurídico que se protege es la tranquilidad del consumidor.

<sup>(34)</sup> ZUBIRI DE SALINAS, M., *op. cit.*, pág. 216. Así como también en otras cuestiones que han podido quedar relegadas para un momento posterior al de la perfección del contrato.

<sup>(35)</sup> JUSTE MENCIA, J., «La protección del consumidor...», *cit.*, págs. 412-413. Nos recuerda que en la doctrina se ha discutido sobre si este derecho consiste en una facultad de poner fin a una relación contractual ya perfecta o si esa relación queda sin perfeccionarse definitivamente hasta que no concurra el plazo para ejercitar el derecho de desistimiento; ZUBIRI DE SALINAS, M., *op. cit.*, págs. 229-230. El reconocimiento de este derecho afecta a la configuración de la contratación a distancia. Señala que lo más adecuado es entender que el contrato es perfecto desde que se manifiesta el consentimiento por cualquiera de los medios de comunicación a distancia, pero como excepcionalidad, puede desistir del contrato, por tanto, resolverlo, sin causa alguna.

<sup>(36)</sup> JUSTE MENCIA, J., «Contratación...», *op. cit.*, pág. 1029. La principal razón para proteger al consumidor mediante el otorgamiento de una facultad discrecional, está en la lejanía que necesariamente le separa de la cosa objeto del contrato.

<sup>(37)</sup> JUSTE MENCIA, J., «Contratación...», *op. cit.*, pág. 1028.

<sup>(38)</sup> DOMÍNGUEZ LUELMO, A., «Contratación electrónica y protección de los consumidores: régimen jurídico», *RCDI*, 2000, págs. 2327 y ss.; JUSTE MENCIA, J., «La protección del consumidor...», *cit.*, págs. 414-415.

Para desistir no se impone ningún requisito, mientras que la resolución del contrato exige el incumplimiento, por parte del vendedor, del derecho de información que recae sobre él.

La conexión existente entre el derecho de desistimiento y el derecho de información se manifiesta en el hecho de que para que comience el plazo de ejercicio del derecho de desistimiento, es necesario que se haya cumplido el deber de información<sup>(39)</sup>.

El ejercicio del derecho de desistimiento conlleva la necesidad de que las partes del contrato se devuelvan las prestaciones que hayan recibido como consecuencia del mismo, sin que ello suponga ninguna penalización para el comprador o consumidor.

Por diversas razones, en las que no corresponde entrar, no todos los contratos celebrados a distancia permiten el ejercicio del derecho de desistimiento<sup>(40)</sup>.

### III. LA REFORMA EN LA REGULACIÓN DEL REGISTRO DE EMPRESAS DE VENTAS A DISTANCIA

El art. 38.2 LOCM exigía la creación de un registro especial en el que debían de inscribirse las empresas de ventas a distancia. La creación de este registro se determinó por el Real Decreto 1133/1997, de 11 de julio, que regula la autorización de las ventas a distancia e inscripción en el Registro de ventas a distancia. Además de determinar su creación, en esta norma se regularon las funciones del Registro y la documentación necesaria para la solicitud de autorización e inscripción, autorización de la actividad de ventas a distancia y su revocación, obligaciones de las empresas, recursos y procedimiento sancionador. Esta norma fue modificada por el Real Decreto 1976/1998, de 18 de septiembre<sup>(41)</sup>. Tanto el Real Decreto 1133/1997 como el Real Decreto 1976/1998 fueron posteriormente derogados por el Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, que regula determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de ventas a distancia.

El Real Decreto 225/2006 ha sido modificado recientemente por el Real Decreto 200/2010, de 26 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1882/1978, de 26 de julio, sobre canales de comercialización de productos agropecuarios y pesqueros para la alimentación y el Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia, para su adaptación a la Directiva 2006/123/CEE del Parlamento europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior. Se trata de una reforma de gran amplitud<sup>(42)</sup>, a través de la cual se procede a una simplificación y actualización de la regulación del Registro de empresas de ventas a distancia. Para llevar a cabo esta reforma se han tenido en cuenta los criterios de simplificación administrativa y de omisión de trabas injustificadas que propugna la Directiva 2006/123/CEE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006,

<sup>(39)</sup> JUSTE MENCIA, J., «Contratación...», *op. cit.*, pág. 1021. Esto pone de manifiesto la importancia que se otorga al suministro de información.

<sup>(40)</sup> *Vid.* arts. 45 LOCM y 102 TRLGDCU.

<sup>(41)</sup> Tras un requerimiento de incompetencia contra el Real Decreto 1133/1997, el Gobierno entendió que la gestión del Registro es una actividad que puede incluirse en el ámbito de competencias ejecutivas de las comunidades autónomas en materia de comercio interior. Por ello es por lo que se aprueba el Real Decreto 1976/1998, que modifica al anterior.

<sup>(42)</sup> La reforma llega a tal punto que da nueva redacción a ocho de los diez artículos que integran el articulado del Real Decreto 225/2006, afectando incluso a su Exposición de Motivos.



relativa a los servicios en el mercado interior, y ello, aunque en este ámbito exista normativa europea específica que prevalece sobre esta Directiva.

La Directiva 2006/123/CEE, pretende establecer un marco jurídico general que garantice la libertad de establecimiento y de circulación de servicios entre los Estados Miembros. Si se quiere lograr un verdadero mercado interior de servicios, es preciso eliminar los obstáculos que se oponen a la libertad de establecimiento de los prestadores de servicios de los Estados miembros y a la libre circulación de servicios entre los mismos. Por ello la transposición de esta Directiva a nuestro derecho exige, entre otros, la simplificación de una serie de trámites administrativos que, hasta ahora, se habían venido imponiendo a las empresas de ventas a distancia.

Como hemos visto, la creación del registro de empresas de ventas a distancia venía exigida por el art. 38.2 de la LOCM. La redacción de este apartado segundo, se ha visto alterada recientemente por la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista<sup>(43)</sup>, para simplificar y actualizar la regulación de las inscripciones en el Registro de empresas de ventas a distancia, que ha sustituido la obligación previa de inscripción por una obligación de información a posteriori, de la actividad que realiza la empresa. Con anterioridad a esta reforma, se exigía que las empresas de ventas a distancia que difundieran sus ofertas por medios que abarcaran el territorio de más de una Comunidad Autónoma se inscribieran en el Registro de empresas de ventas a distancia. También se decía que en este Registro especial se recogerían los datos suministrados por las Comunidades Autónomas donde cada empresa tuviera su domicilio social, coincidentes con los que figuren en el respectivo registro autonómico cuando haya sido establecido. Para las empresas no establecidas en España, pero que practiquen ventas a distancia en territorio español, se contemplaba la inscripción directa a efectos informativos. La inscripción de las empresas de ventas a distancia en ese Registro reunía las características de ser obligatoria y previa al inicio de la actividad.

La inscripción obligatoria previa no resultaba, como señala ahora la Exposición de Motivos del Real Decreto 200/2010, proporcionada. Es por ello, por lo que con la reforma se sustituye la inscripción previa en el Registro por una obligación de comunicación de datos a posteriori de que se realiza la actividad, comunicación que debe hacerse en el plazo de tres meses desde que se inicie dicha actividad. El contenido del apartado segundo del art. 38 LOCM no es aplicable, conforme al apartado 5 del mismo artículo, a las actividades de prestación de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

El registro se estima compatible con la Directiva de servicios al entender que se trata de un elemento cualitativo de información y consulta por los prestadores de servicios de ventas a distancia. Por tanto, si es necesario que las empresas de ventas a distancia comuniquen al registro una serie de datos, la diferencia se encuentra en que la inscripción no tiene carácter previo y constitutivo.

El Registro de empresas de ventas a distancia aparece definido<sup>(44)</sup> en el apartado segundo del art. 1 del Real Decreto 225/2006 en los siguientes términos: se trata de un *órgano de carácter público y naturaleza administrativa, dependiente de la Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, cuyo objetivo es la obtención de*

---

<sup>(43)</sup> Norma que está en consonancia con lo establecido en el Real Decreto 200/2010.

<sup>(44)</sup> Definición que no se ha visto alterada por la reciente reforma de la norma, únicamente cambia su ubicación, ya que con anterioridad se recogía en el art. 2 y bajo la rúbrica específica de definición del Registro.

*información de las empresas que practican la modalidad de ventas a distancia en el territorio español, así como la elaboración de un censo actualizado de las mismas.*

Lo que en la actualidad se exige a las empresas de ventas a distancia es, como venimos insistiendo, la comunicación de sus datos en el plazo de tres meses desde el inicio de su actividad. Como consecuencia de ello, las empresas de ventas a distancia pueden iniciar su actividad sin necesidad de inscripción previa.

A la hora de determinar quienes son los sujetos sometidos a esta obligación de información, el art. 2 del Real Decreto 225/2006 diferencia los supuestos de régimen de libre establecimiento y de libre prestación de servicios. En régimen de libre establecimiento, la obligación alcanza a los prestadores de servicios que deseen establecerse en España, ya tengan la nacionalidad española, la de un Estado miembro o la de un tercer Estado no perteneciente a la Unión Europea. En régimen de libre prestación de servicios, la obligación que se establece al prestador es la de comunicar el inicio de sus actividades en España. Si el prestador ya está establecido en algún Estado miembro, no resulta afectado por esta obligación. La comunicación ha de realizarse al registro de la comunidad autónoma donde el prestador de servicios tenga previsto iniciar su prestación y, en su defecto, la comunicación se dirigirá al Registro de empresas a distancia. En este sentido, ha de tenerse en cuenta el art. 7 del Real Decreto 225/2006, donde se ordena la coordinación del Registro de empresas de ventas a distancia con los registros que puedan crearse en las Comunidades Autónomas. Coordinación que pretende garantizar, se dice, la interoperabilidad técnica entre los registros.

Sobre cuáles son las técnicas de venta a distancia, en el art. 5 del Real Decreto 225/2006 se realiza una enumeración de los mismos que no debe de considerarse exhaustiva, como ya se ha apuntado en otro momento. Este artículo en su redacción anterior también aludía a estas técnicas pero con una finalidad diferente, la de determinar el ámbito de aplicación de la norma.

Son funciones del Registro de empresas de ventas a distancia, conforme al art. 3 del Real Decreto 225/2006, las siguientes:

— inscribir a las empresas de venta a distancia cuyas ofertas se difundan por el territorio nacional. La inscripción se practicará de oficio. De los datos relativos a la empresa que deben incluirse en la inscripción, se consideran obligatorios los relativos a la identificación de la empresa, sus productos o servicios y al lugar al que los consumidores pueden dirigir sus quejas y reclamaciones, lo cual resulta de especial interés para la protección de los mismos;

— expedir certificaciones acreditativas a las empresas inscritas que lo soliciten;

— elaborar anualmente una relación actualizada de las empresas inscritas y remitirla a las comunidades autónomas;

— actualizar los datos en poder del Registro.

En lo relativo al procedimiento para la comunicación de datos al Registro ha de tenerse en cuenta el art. 4 del Real Decreto 225/2006. Para que se produzca la inscripción registral de las empresas de ventas a distancia es suficiente con comunicar una serie de datos, que se mencionan en la norma, al registro, ya sea el de la comunidad autónoma correspondiente o, en su defecto, al Registro de empresas de ventas a distancia. Además, y a efectos puramente informativos pueden inscribirse determinados datos recogidos en el apartado segundo del

artículo. Son las comunidades autónomas las encargadas de comprobar la veracidad de los datos contenidos en la comunicación.

Los datos y manifestaciones incorporados a la comunicación, así como los documentos que la acompañen no han de contener inexactitudes, falsedades u omisiones. La concurrencia de las mismas determina, conforme al art. 6, la imposibilidad de continuar ejerciendo la actividad desde que se tenga constancia de ellas. Los mismos efectos se aplican en el supuesto en que no se presente la comunicación ante la administración competente<sup>(45)</sup>.

Para lograr que la información contenida en el registro esté actualizada, se exige que las alteraciones que se produzcan en los datos que sirvieron de base a la primera inscripción sean comunicadas al registro por las empresas inscritas, en el plazo de tres meses desde que se produzcan las mismas.

Quedan excluidas del ámbito de aplicación del Real Decreto, las empresas que desarrollan su actividad en un establecimiento fijo y que de manera ocasional realizan ventas a distancia siempre que el importe de las mismas no constituya un valor significativo de venta ni la actividad ordinaria; las empresas de servicios de la sociedad de información; las que presten servicios financieros y las empresas de ventas de medicamentos.

El art. 8, relativo a la informatización del Registro de ventas a distancia, y el art. 10, regulador del procedimiento sancionador, no se han visto afectados por la reforma.

---

<sup>(45)</sup> Esto nos reafirma en la idea de que la inscripción no es requisito previo para la actividad, pero si es necesaria la comunicación dentro del plazo legalmente establecido para poder seguir adelante con la misma.