

**ONLINE CONSUMER MEDIATION IN CATALONIA:  
REGULATORY PRINCIPLES AND TECHNOLOGY**

Josep Suquet Capdevila

Universitat Autònoma de Barcelona

Tesi Doctoral



Online Consumer Mediation in Catalonia: Regulatory Principles and  
Technology

Departament de Ciència Política i Dret Públic  
Programa de Doctorat en Dret Públic i Filosofia Jurídica  
Facultat de Dret  
Universitat Autònoma de Barcelona

2013

Josep Suquet Capdevila  
Director: Marta Poblet Balcell



*Als meus pares.*

*A la Mònica.*

*I am ready, I feel free  
To cleave the ether on a novel flight,  
To novel spheres of pure activity.  
Goethe, Faust, Part I*



**Josep Suquet Capdevila**

**Online Consumer Mediation in Catalonia: Regulatory Principles and  
Technology**

**Abstract**

This thesis presents online consumer mediation in Catalonia from both a legal and technological perspective. On the one hand, it takes into account the technologies that may support online mediation and explores the ODR mechanisms that are currently being employed. Moreover, it presents some challenges that face the regulation of both ODR and online mediation. On the other hand, it shows both an empirical and legal study of consumer mediation and it uncovers what entities currently do provide consumer mediation services. It also situates the parties and the process. Furthermore, the thesis analyses the regulatory principles of online consumer mediation in Catalonia. From the succinct regulation of the Consumer Code in Catalonia, it analyses other principles that may be enshrined in the near future by European instruments of ADR/ODR, and it takes into account principles of electronic communications. The thesis also considers that ICT may contribute to overcoming the lack of consumer awareness of ADR/ODR mechanisms and bodies. Further to a legislative approach of consumer empowerment and ADR/ODR, it proposes a contextual framework and a basic and simple mobile application that may empower consumers and bring them closer to justice by offering information about consumer mediation entities and consumer legislation in Catalonia.

-----

Aquesta tesi presenta la mediació de consum online a Catalunya des d'una vessant legal i tecnològica. Per un costat, des del prisma dels Mitjans de Resolució de Disputes

en línea (Online Dispute Resolution, ODR) analitza quines tecnologies poden recolzar els processos de mediació i quins mecanismes d'ODR s'utilitzen. Així mateix, presenta alguns reptes de la regulació dels ODR i la mediació en línia. Per un altre costat, aquesta tesi estudia la mediació com a mitjà de resolució de controvèrsies entre consumidors i empresaris. En la tesi s'efectua una recerca empírica i legal de la mediació de consum que mostra quins proveïdors ofereixen actualment serveis de mediació, així com les parts de la mediació i els seus processos. A continuació, aquesta tesi analitza els principis reguladors de la mediació en línia de consum a Catalunya. Analitza els principis continguts en el Codi de Consum de Catalunya i valora la possible inclusió d'altres principis que poden arribar a ser reconeguts per la futura normativa Europea en matèria dels ADR/ODR, així com d'altres principis derivats de les comunicacions electròniques. D'altra banda, aquesta tesi pren en consideració el paper que les tecnologies de la informació i de la comunicació (TICs) poden portar a terme per tal de contribuir a superar la manca de coneixement dels mitjans d'ADR/ODR així com dels organismes que ofereixen aquests serveis. Per això, a partir d'una aproximació legal de les polítiques de capacitació dels consumidors i de la propera normativa europea sobre ADR/ODR, aquesta tesi proposa un marc contextual i una aplicació mòbil bàsica i simple que pot contribuir a capacitar els consumidors i apropar-los a la justícia, oferint informació sobre les entitats de mediació de consum i de la legislació de consum a Catalunya.

-----

Esta tesis presenta la mediación de consumo online en Cataluña, desde una vertiente doblemente legal y tecnológica. Por un lado, analiza las tecnologías que pueden apoyar los procesos de mediación así como aquellos mecanismos de resolución de disputas en línea (ODR) que se utilizan. Asimismo, presenta algunos retos de la regulación de los ODR y la mediación en línea. Por otro lado, analiza la mediación en las controversias entre consumidores y empresarios desde un prisma empírico y legal y analiza qué proveedores ofrecen actualmente servicios de mediación de consumo, cuáles son las partes y cómo se desarrollan los procesos. A continuación, esta tesis analiza los principios reguladores de la mediación en línea de consumo. A partir de la sucinta



regulación del Código de Consumo de Cataluña, valora la posible inclusión de otros principios que pueden llegar a ser reconocidos por la legislación europea en el ámbito de los ADR/ODR. Además, analiza otros principios derivados de las comunicaciones electrónicas. Finalmente, esta tesis toma en consideración el papel que las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) pueden llevar a cabo para contribuir a superar la falta de conocimiento de mecanismos y entidades de ADR/ODR. Por ello, más allá de las políticas de capacitación de los consumidores, esta tesis ofrece un marco contextual y una aplicación móvil, básica y simple que puede contribuir a capacitar a los consumidores y acercarlos a la justicia, ofreciendo información sobre las entidades de mediación de consumo y la legislación de consumo aplicable en Cataluña.



## Acknowledgements

This thesis has been possible to the help of many people. Some of this help is formal, in the way of funding projects. In this sense, I must thank the following research projects: i) Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya, funded by the Department of Justice of the Generalitat de Catalunya; ii) “ONTOMEDIA: Ontologies y Plataforma de Servicios Web para la Mediación Online, TSI-020501-2008-131, funded by the Spanish Ministry of Industry, Tourism and Commerce; iii) “eM COD – eTool for Measuring the Cost and Quality of Dispute Resolution Procedures”, funded by the European Commission, JLS/28002/CFP/CJ/08; iv) “Building Interoperability for European Civil Proceedings Online”, financed by the European Commission, JLS/2009/JCIV/AG/0035; and v) CONSUMEDIA: Plataforma basada en ontologies para el modelado de procesos de mediación empresarial y de consumo”, funded by the Spanish Ministry of Science and Innovation (IPT-2011-1015-430000). Further to providing a financial resource, all of these projects have been extremely valuable for me. They have provided me first hand research opportunities and the possibility to improve my knowledge in the topic of this doctoral thesis.

The Ontomedia and the eMcod research projects allowed me to undertake research in the field of Online Dispute Resolution (ODR), and to study the legal implications of technologies and ODR. They also allowed me to undertake a research on the ODR movement, internationally. Moreover, the Building Interoperability research project allowed me to undertake research on semantic and legal interoperability. I thank all the members of the research teams involved, from whom I have learned very valuable lessons.

Furthermore, I must highlight the White Book of Mediation in Catalonia research project. The possibility to participate in drafting some parts of the White Book was of great importance for me. My participation in both the consumer chapter and the technological chapter allowed me to put in common place the problematic of consumer disputes and mediation activities with the current technologies of online mediation and ODR, their processes and services. I thank both Chapter IP’s, Dr. Marta Poblet and Dr. Immaculada Barral Viñals, and the academic director of the White Book

Dr. Pompeu Casanovas for inviting me to participate in the White Book. I must also thank all the academics and professionals that I worked with in the White Book. In particular, I thank all the members of the technological team: Dr. Marta Poblet, Dr. Pablo Noriega, Sílvia Gabarró and Dr. Josep Redorta. I also thank the researchers and professionals of the Consumer team: Eva Cordobés, Aura Trifu, Antoni Bergua, Rosa Gimeno, Leonor Bueno, Llorenç Llerena and Irene Puig. In the consumer domain, I must thank other professionals that helped me with my questions and doubts, particularly Roger Estruch of the Agència Catalana del Consum and Luis Álvarez of the Oficina Municipal del Consumidor of Barcelona.

The Consumedia research project has allowed me to undertake theoretical research in the field of online mediation while building a practical technological device, an online mediation platform. I thank all the members of the research teams, even if for the wide number of researchers, I cannot name each of them individually.

As for the thesis, first of all I must thank my advisor and IDT Director, Dr Marta Poblet. I thank her for all her kindly advice, first-hand and direct feedback received through these years. Yet, above all, I thank Dr Poblet because of believing in me. I also would like to thank former IDT Director Pompeu Casanovas. I thank Dr Casanovas because some years ago he also believed in me to be a member of the Institute of Law and Technology. I must thank both of them for showing me the way to undertake professional research activities, and specially, for showing me the way to think in a global scale without denying a local approach.

I am also very grateful to all and every one of the current and former members of the Institute of Law and Technology that I have encountered throughout these years. I thank all of them for their feedback and warmth. Particularly, I must warmly thank Dr. Jorge González-Conejero and Emma Teodoro, for their patience and support, especially during the last months of this work. I would also like to thank Dr. Antoni Abad-Ninet, Sílvia Gabarró, Núria Galera, Albert Meroño, Dr. Pep Vallbé, Dr. Núria Casellas, Dr. Meritxell Fernández-Barrera, Cristina Garcia, Sergi Torralba, Paula Ruiz, Olga Baranowska, Dr. Juan Emilio Nieto and Juan Muñoz. I must thank Rubén Serrano and Joan Fuentes for implementing the Geoconsum mobile application and its database. I thank Dr. Sindhu Joseph for kindly showing me how award-winning Cognicor functions. I also thank Dr. María José Rodríguez Puerta, for her support in her

warm and efficient coordinating tasks of the doctoral program in Public Law and legal philosophy. A special thanks goes to Dr. Marta Roca i Escoda, who illuminated me with the compendium of publications and admirably encouraged me to undertake such a demanding task before departing to Geneva. I must warmly thank Dr. Antoni Roig who patiently made me some helpful observations to the structure of the thesis.

I must also thank Dr. Immaculada Barral i Viñals at the University of Barcelona. I am indebted to her for her support, comments and knowledge shared with me throughout several projects, which started from the Llibre Blanc de la Mediació and still follows in the Consumedia project. I also thank my former colleagues at the Private International Law unit, where I started my university experience.

I would also like to thank Dr Crístian Oró and Dr Elisenda Casañas. A very special thanks goes to Dr Nuno Costa Borges for his constant support and exchange of ideas. Indeed, I thank all my friends from here and there, *de l'Empordà a Barcelona passant pel Vallès*, that have accompanied me during this trip, some of them without even knowing it.

Finally, I must not forget my family, specially my parents because they have always believed in me and encouraged me to undertake this task. Last, but no least, I would like to say that all this work would not have been possible without the support and patience of my partner, Mònica.

I have tried so hard to do this work as fine as I can. However, all errors and omissions remain exclusively mine.



## Table of contents

Abstract	vi
Acknowledgments	x
List of figures	xvii
List of tables	xviii
List of graphics	xix
List of maps	xx
Abbreviations	xxi
	1
<b>Chapter 1. Introduction: contextualisation of the thesis and methodology</b>	
1.1. Contextualisation of the thesis	1
1.1.1. The research questions	1
1.1.2. Alternative Dispute Resolution in the consumer domain in Catalonia	2
1.1.2.1. Consumers' access to justice	2
1.1.2.2. The Consumer Arbitration Scheme	5
1.1.2.3. Consumer mediation in Catalonia	9
1.1.3. The Online Dispute Resolution (ODR) movement	11
1.1.4. Defining online mediation	19
1.2. Methodology	19
1.2.1. The approach and the intended contribution	19
1.2.2. The thesis as a compilation of publications	23
1.2.3. Structure of the work and justification of the thematic unit	26
References	29
	35
<b>Chapter 2. General framework: Online Dispute Resolution (ODR) and actors</b>	
2.1. Introduction	35
2.2. Technologies for online mediation and Online Dispute Resolution (ODR)	37
“Tecnologías para la mediación en línea: estado del arte, usos y propuestas”, M Poblet, P Noriega, J Suquet, J Redorta, S Gabarró, in P Casanovas, J Magre, E Lauroba (eds.) <i>Libro Blanco de la Mediación en Cataluña</i> . Barcelona: Generalitat de Catalunya, Huygens, 2011	39
2.3. Actors of Online Dispute Resolution (ODR): Services and providers	81
2.3.1. Introduction	81
2.3.2. Assisted negotiation	82
2.3.3. Automated negotiation	85
2.3.4. Negotiation, mediation and recommendation three-step model	88
2.3.5. Online mediation	90
2.3.6. ODR providers in Spain	92
2.3.6.1. ADR services within the Confianza Online system	92
2.3.6.2. Recommendation and adjudication services under the “.Cat” domain names	94
References	98
2.4. Legal challenges of Online Dispute Resolution (ODR)	99
2.4.1. Introduction	99
2.4.2. Defining ODR	100

2.4.3. A classification of ODR	105
2.4.4. Benefits and pitfalls of ODR	109
2.4.5. A regulatory approach to ODR	112
2.4.5.1. Regulating online mediation	112
2.4.5.1.1. Legislative regulatory levels of mediation rules	115
2.4.5.1.2. Provisions fostering online mediation	122
2.4.5.1.3. Effects of online mediation agreements	123
2.4.5.1.4. Towards the principles of online mediation	125
2.4.5.2. Online arbitration	126
References	130
	135

### **Chapter 3. Insights of consumer mediation in Catalonia: regulatory principles for the online environment**

3.1. Introduction	135
3.2. Empirical and legal analysis of consumer mediation in Catalonia	137
“La mediación en el ámbito del consumo,” I Barral Viñals, J Suquet Capdevila, in P Casanovas, J Magre, E Lauroba (eds.) Libro Blanco de la Mediación en Cataluña. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Huygens, pp 301-370, 2011.	139
3.3. Legal principles of online consumer mediation in Catalonia	209
“Exploring Online Consumer Mediation in Catalonia: Principles and Technological Uses,” J Suquet-Capdevila, 20 (2) International Journal of Law and Information Technology, 2012.	211
	235

### **Chapter 4. Technology for online consumer mediation in Catalonia**

4.1. Introduction	235
4.2. Mobile technologies for online consumer mediation in Catalonia	237
“Technology and Consumer Empowerment: a Mobile application for online consumer mediation in Catalonia (Geoconsum)”, J Suquet-Capdevila, 3 (2) European Journal of Law and Technology.	239
4.3. An assessment of mobile technologies for online consumer mediation in Catalonia	259
“Geoconsum: an Initial Assessment of a Mobile App for Online Consumer Mediation in Catalonia”, J Suquet-Capdevila, eChallenge e-2012 Proceedings, IIMC International Information Management Corporation, Lisbon 17-19 October 2012)	261
	269

### **Chapter 5. Global summary of results and discussion. Final conclusions and further work**

5.1. Global summary of results and discussion	269
5.1.1. Presentation of the chapter	269
5.1.2. Consumer mediation in Catalonia	270
5.1.2.1. Mediation versus arbitration	270
5.1.2.2. A regulatory framework of consumer mediation in Catalonia	271
5.1.2.3. The consumer mediation providers	276
5.1.2.4. The parties of a consumer mediation process	278
5.1.2.5. The informality of the consumer mediation process	280
5.1.3. ODR and online mediation in Catalonia	282



5.1.3.1. Technologies for online mediation	282
5.1.3.1.1. Technologies to support the process and the parties	282
5.1.3.2. Communication and administration tools for online mediation	284
5.1.3.2. Findings for online consumer mediation in Catalonia	285
5.1.3.2.1. IT and consumer complaints	285
5.1.3.2.2. A preference for basic asynchronous, text-based tools	287
5.1.3.2.3. Online mediation for online and offline conflicts	288
5.1.3.3. Mechanisms in support of online consumer mediation	289
5.1.3.4. The Consumedia platform: a user case	293
5.1.4. Regulatory principles of online consumer mediation in Catalonia	294
5.1.4.1. Core principles of online consumer mediation in Catalonia	294
5.1.4.1.1. The principle of voluntary and self-determination	295
5.1.4.1.2. The principle of impartiality	296
5.1.4.1.3. The principle of confidentiality	299
5.1.4.1.4. The principle of universality	301
5.1.4.2. Additional principles for online consumer mediation	301
5.1.4.2.1. The principle of transparency	301
5.1.4.2.2. The principle of effectiveness	303
5.1.4.2.3. The principle of fairness	303
5.1.4.3. Electronic communication principles	305
5.1.4.3.1. The principle of information security	305
5.1.4.3.2. The principle of interoperability	307
5.1.5. Mobile technologies for consumer mediation	308
5.1.5.1. A technological approach to consumer empowerment	308
5.1.5.2. Mobile technologies and consumers' access to information and data	311
5.1.5.3. Geoconsum: a mobile application for consumer mediation in Catalonia	313
5.2. Conclusions	319
References	331
	337

## Appendices

Appendix 1. List of cited legislation	337
Appendix 2. List of soft law instruments cited	343
Appendix 3. Normative instruments included in Geoconsum's databases	345
Appendix 4. Questionnaire on Geoconsum delivered to consumer experts and mediators	361
	369

## Thesis bibliography

## List of figures

### Chapter 1

Figure 1. Internet Bar Organisation’s collaborative map of ODR providers	15
--	----

### Chapter 2.1

Figure 1. Localization map of violent incidents in the 2007 elections in Kenya	45
Figure 2. Genealogy of ODR	47
Figure 3. Conflict Resolution Centre eBay	55
Figure 4. Cybersettle automated negotiation	56
Figure 5. The Mediation Room online mediation platform licensed to the Ministry of Justice (UK)	57
Figure 6. Juripax online mediation platform	57
Figure 7. Virtual room at <a href="http://www.mediatoronline.com">www.mediatoronline.com</a>	58
Figure 8. World Intellectual Property Organisation’s ECAF system	58
Figure 9. ECODIR three-step process	60
Figure 10. Catalan Consumer Agency’s online complaint form	72

### Chapter 4.2

Figure 1. Number and type of normative instruments included in Geoconsum	245
Figure 2. Total number of entities included in the database by type of entity	246
Figure 3. Search capabilities of consumer mediation entities in Geoconsum	247
Figure 4. Geoconsum’s legislation search capabilities	247

### Chapter 4.3

Figure 1. Geoconsum’s legislation set functionalities	264
Figure 2. Geoconsum’s functionalities of the consumer entities set	264

### Chapter 5

Figure 1. eBay assisted negotiation	291
Figure 2. Consumedia online mediation platform	294
Figure 3. Contact and search performances in the consumer mediation entities set	314

## List of tables

### Chapter 2.2

Table 1. Survey on ODR services providers	63-66
Table 2. Mediation protocols	70-71
Table 3. Technological uses for domains of mediation	73
Table 4. Application of the technology used in mediation	74-75

### Chapter 3.2

Table 1. Consulted bodies	153
Table 2. Bodies with mediation activities	154
Table 3. Mediations by type of entities	155-156
Table 4. Mediations by sectors (institutional mediation)	158-159
Table 5. Mediations by sectors (private mediation)	159
Table 6. Total number of mediators by entity	160
Table 7. Origin of the parties in mediation	163
Table 8. Mediation results	165
Table 9. Number of consumer mediations in Catalonia by sectors in the year 2008	166

## List of graphics

### Chapter 2.2

Graphic 1. Localisation of ODR providers	67
Graphic 2. Domains of disputes	67
Graphic 3. ODR mechanisms	68
Graphic 4. Communication means	69
Graphic 5. ODR service models	69

### Chapter 3.2

Graphic 1. Number of consumer mediations in Catalonia by sectors in the year 2008	167
Graphic 2. Workflow of the mediation process at the Catalan Consumer Agency	184-185

## List of maps

### Chapter 3.2.

Map 1. Number of mediating entities in Catalonia (2008)	154
Map 2. Number of mediations in Catalonia (2008)	156

## Abbreviations

ACC	Agència Catalana del Consum
ADR	Alternative Dispute Resolution
B2C	Business to Consumer
B2B	Business to Business
BOE	Boletín Oficial del Estado
BOPC	Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya
CAS	Consumer Arbitration Scheme (Sistema Arbitral de Consumo)
DOGC	Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya
EU/UE	European Union /Unión Europea
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
ICT	Information and Communication Technologies
IT	Information Technologies
ISS	Information Society Services
LEC	Ley de Enjuiciamiento Civil
OMIC	Oficina Municipal d'Informació al Consumidor
OCIC	Oficina Comarcal d'Informació al Consumidor
ODR	Online Dispute Resolution
OJEC	Official Journal of the European Communities
OJEU	Official Journal of the European Union
.TLD	Top Level Domain

# Chapter 1

## Introduction: contextualisation of the thesis and methodology

### 1.1. Contextualisation of this thesis

#### 1.1.1. Research questions

Consumers do not usually access adversarial proceedings in national courts when they experience a problem with a product or a service and after that problem has been unsatisfactorily solved by the company or trader. The amount of the conflict is usually of a low value and, therefore, court proceedings would be too costly for consumers. In addition, initiating such a process in a court could entail other legal and factual complexities typical of court proceedings that usually discourage consumers.

In Spain, consumer versus company controversies have been for the last two decades addressed by an out-of-court dispute resolution mechanism such is the Consumer Arbitration Scheme (hereinafter, also CAS). This is a determinative process in which parties are confronted in an adversarial proceeding and whereby the arbitrator awards a final and binding award. Even if mediation was recognised within the CAS as a previous phase of mediation, recent legislative developments both nationally and at the European level have placed mediation at the centre of the consumer debate.

The first research question that derived from this landscape was to determine i) whether mediation as a consensual ADR mechanism can provide an efficient means of redress in the Business to Consumer (B2C) domain. Moreover, the following research question that emerged was ii) whether and how can Information and Communication Technologies (ITC) assist and support mediation proceedings in this domain. Therefore, this demanded to see whether the consumer domain supports the introduction of ICT and online proceedings. It also demanded to analyse online mediation within the broad concept of Online Dispute Resolution (ODR). Furthermore, taking into account the different regulatory levels in the consumer redress domain, in this relatively novel mechanism, the research would ask iii) what regulatory principles may be considered as for the online mediation process in Catalonia. Finally, it was recognised that

mediation as well as other Alternative Dispute Resolution (ADR) mechanisms have not fully exploited their potential. This is particularly true as regards ODR mechanisms. One of the main obstacles was and still remains the lack of consumer awareness of ADR/ODR mechanisms and in particular of consumer mediation bodies. Therefore, the last research question that emerged was: iv) How can ICT help in providing better and clearer information as regards consumer mediation bodies, and thus contribute to empower consumers by bringing consumer mediation entities closer to consumers. This required analysing different ICT technologies in order to improve the provision of information to consumers. That was the basis of Geoconsum, the mobile application that is defended in this thesis.

## **1.1.2. Alternative Dispute Resolution in the Consumer Domain in Catalonia**

### **1.1.2.1. Consumers' access to justice**

Today, the myriad of consumer relations that occur every day show that conflicts between consumers and traders are inevitable. According to some of the last European surveys, more than one out of five consumers encountered a problem with a good or service in the European internal market in the last year.<sup>1</sup> In this domain, it is known that consumers do not usually access adversarial proceedings in courts. As it has been published, only 2% of consumers do access courts for a consumer complaint, and only 7% of them ask for the advice of a lawyer.<sup>2</sup> The reasons for not taking a business to court are usually related to the low value of the product or service, the high cost of judicial proceedings, the amount of time involved, the legal and factual complexities and the effort that would be needed.<sup>3</sup> Moreover, the majority of consumer disputes remain unresolved. Data show that almost half of European consumers take no further action after their complaint with their sellers or providers is not solved satisfactorily.<sup>4</sup> Alternative methods of dispute resolution, particularly in the

---

<sup>1</sup> European Commission, *Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment.*(2011)169.

<sup>2</sup> European Commission, *Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011)45.

<sup>3</sup> European Commission, 'Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment.' 204.

<sup>4</sup> European Commission, 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)' 45



Information Society context are means of settling disputes between consumers and traders. However, ADR and ODR mechanisms have not fully benefited from their potential yet. In fact, data are quite discouraging since in Europe only 3% of European consumers whose complaint with the seller or provider was resolved unsatisfactorily brings the matter to an arbitration, mediation or conciliation body.<sup>5</sup>

In Catalonia, consumer complaints have increased in the latest years. Reports from the Catalan Consumer Agency show that consumer complaints increased more than 4% from 2009 to 2010,<sup>6</sup> following a sharp increase of 40% in 2009<sup>7</sup> and of 8% in 2008.<sup>8</sup> Currently, there is a heterogeneous array of consumer mediation bodies undertaking consumer mediation activities in Catalonia from both the public and the private sphere.<sup>9</sup>

ADR has been for many years a political priority by the European Institutions as to facilitate a better access to justice in the Internal Market.<sup>10</sup> These institutions have promoted ADR mechanisms and tried to ensure an environment which is propitious to their development. The European Commission, in its Green Paper on Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Single Market, published in 1993 analyzed the out-of-court dispute resolution procedures existing in the Member States.<sup>11</sup> In 1996, the European Commission adopted an Action Plan on Consumer Access to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market, where it promoted the use of the ADR.<sup>12</sup> Moreover, the 1999 European Council Conclusions presented in Tampere considered that Member States should create alternative, extra-judicial procedures; it also called for the establishment of an easily accessible information system on the judicial co-operation within the Union and

---

<sup>5</sup> However, Spanish consumers are some of the most accustomed to bring the matter to an ADR entity with 6.1 %. *ibid*45, 137.

<sup>6</sup> Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011) 2.

<sup>7</sup> Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2009* (2010) 2.

<sup>8</sup> Agència Catalana del Consum, *Memòria 2008* (2009) 43.

<sup>9</sup> See Chapter 3.

<sup>10</sup> European Commission, *Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law* (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002) 5.

<sup>11</sup> Commission of the European Communities, *Green Paper. Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market* (COM (93) 576 final, 1993).

<sup>12</sup> Commission of the European Communities, *Communication from the Commission " Action Plan on consumer access to justice and the settlement of consumer disputes in the internal market"* (14.02.1996, COM 96, 13 Final, 1996).

the legal systems of the Member States.<sup>13</sup> Subsequently, the European Commission launched a process of consultation on mediation and other dispute resolution mechanisms with the Green Paper on Alternative Dispute Resolution in civil and commercial Law.<sup>14</sup> Eventually, this process ended up with the adoption of EC Directive 2008/52, of certain aspects of mediation in civil and commercial matters.<sup>15</sup> In the meanwhile, the European Code of practice for mediators set out some principles of mediation in civil and commercial disputes to which individual mediators may voluntarily decide to commit themselves.<sup>16</sup>

From the cooperation between national authorities, the European Commission has taken various initiatives aiming to promote consumer ADR procedures through the creation of "networks" of national information centres. Further to other networks, it is worthwhile to mention the EU-wide network of European Consumer Centres (ECC-Net), which offers free consumer help and advice in cross-border conflicts.<sup>17</sup>

In the consumer domain, the European Commission issued a soft law instrument, the EC Recommendation 310/2001 to establish some principles applicable to the bodies that use consensual mechanisms of dispute resolution, such as mediation.<sup>18</sup> This followed a previous EC Recommendation applicable to advisory and determinative mechanisms such as conciliation and arbitration.<sup>19</sup> Yet, recently, the European Commission has taken its legislative initiative duties with the adoption of two Proposals on ADR and ODR. On the one hand, the Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC

---

<sup>13</sup> Conclusion V of the European Council Conclusions, Tampere 1999.

<sup>14</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law'.

<sup>15</sup> Directive 2008/52/EC, of the European Parliament and of the Council, of certain aspects of mediation in civil and commercial matters (OJEU L 136/3, 24.05.2008).

<sup>16</sup> Accessible at [http://ec.europa.eu/civiljustice/adr/adr\\_ec\\_code\\_conduct\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/civiljustice/adr/adr_ec_code_conduct_en.pdf) (Last accessed March 2013).

<sup>17</sup> Accessible at [http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm) (Last accessed March 2013). Moreover, the FIN-NET is a financial dispute resolution network of national out-of-court complaint schemes in the European Economic Area countries that are responsible for handling disputes between consumers and financial services providers. See [http://ec.europa.eu/internal\\_market/fin-net/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/fin-net/index_en.htm) (Last accessed March 2013).

<sup>18</sup> Commission Recommendation of 4 April 2001 on the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes, (2001/310/EC), OJEC L 109/56, 19.04.2001.

<sup>19</sup> Commission Recommendation of 30 March 1998 on the principles applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes (98/257/EC), published in OJ L 115, 17.4.1998.

(Directive on consumer ADR)<sup>20</sup> might create a common regime for both ADR and ODR as regards consensual, advisory and determinative mechanisms. On the other hand, the Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes (Regulation on consumer ODR) might create an online platform. This could develop into an interactive website offering a single point of access to consumers and traders who seek to resolve their dispute out-of-court for cross-border e-commerce transactions.<sup>21</sup>

### 1.1.2.2. The Consumer Arbitration Scheme

In Spain, the legislator has relied on a determinative and institutional ADR mechanism for solving consumer-trader controversies. Since 1993, the Spanish consumer landscape has been strongly dominated by the setting up of an institutional arbitration scheme.<sup>22</sup> Indeed, the Consumer Arbitration Scheme (Sistema Arbitral de Consumo) was ideated as the best way to treat the consumer – company imbalances and, therefore, to solve consumer complaints. Since its implementation, this Scheme has rested on two pillars: first, it has considered arbitration, with an arbitrator who awards a final and binding award, as the proper mechanism to protect consumers. Second, this has rested on an institutionalized system, organized under the umbrella of the Public Administration. Therefore, this system has considered that an institutional arbitration mechanism is particularly suitable to manage and solve conflicts on consumer affairs, and thus, to enforce the constitutional mandate of establishing

---

<sup>20</sup> Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR), SEC (2011) 1408, SEC (2011) 1409 C (2011) 793/2.

<sup>21</sup> Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes (Regulation on consumer ODR), SEC (2011) 1408, SEC (2011) 1409, C (2011) 794/2.

<sup>22</sup> Initially, this was regulated by *Ley 26/1984, de 19 de Julio, General para la defensa de los consumidores y usuarios* (General Law of Consumers and Users) and by *Real Decreto 636/1993 de 3 de Mayo de 1993* (currently, both repealed instruments). Today, this is regulated by *Real Decreto (RD) 231/2008, de 25 Febrero de 2008, por el que se regula el sistema arbitral de consumo* (Published in Boletín Oficial del Estado -BOE Num. 48, of 25 February 2008). This has been amended by *Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo* (BOE Num. 126, of 25 May 2009). Moreover, Law 60/2003, of 23 December, on arbitration is a default instrument which is applicable to those aspects not covered by the former.

“efficient systems of consumer redress”.<sup>23</sup> However, even if the previous legislation considered mediation, the RD 231/2008 introduced some provisions with the aim to foster mediation as the first phase that parties should try before initiating the arbitration proceeding.<sup>24</sup>

Under the CAS the administration of the arbitration process and the arbitration award is undertaken by different bodies. Whereas the Consumer Arbitration Boards are the administrative bodies entitled to manage the Consumer Arbitration Scheme, at the central, regional and local level, the conflicts are resolved by the arbitration panels.<sup>25</sup>

The CAS has proved to be an effective remedy to solve some of the main issues related to mass consumption complaints. However, at present some of its main characteristics implement a process that may be excessively bureaucratic and which poses some shortcomings to the resolution of low-value B2C complaints:<sup>26</sup>

i) Unidirectional

The complaint may be initiated only by the consumer, and therefore, the company or professional cannot initiate the proceedings. This system pretends to compensate the different bargaining powers between consumers and companies not allowing companies to pressure consumers into arbitration proceedings. However, this aspect could lead to a lack of interest of professionals and companies to the system and generate distrust of companies considering public consumer bodies as coercive powers rather than impartial entities, and believing that the system may be biased in favour of consumers.

ii) The distinctiveness of the public affiliation program

One of the most distinctive features of the consumer arbitration scheme is a public affiliation program for companies to voluntarily join to the scheme.<sup>27</sup> According to this, any company or professional may join the system by filing in a form by which it accepts

---

<sup>23</sup> Article 51.1 of the 1978 Spanish Constitution.

<sup>24</sup> Article 38.1 RD 231/2008.

<sup>25</sup> Articles 5 et seq. RD 231/2008 regulate the *Juntas Arbitrales de Consumo*, whereas articles 18 et seq. regulate the arbitration panels (*órganos arbitrales*).

<sup>26</sup> Jorge Luis Tomillo Urbina and Julio Álvarez Rubio, *Práctica arbitral de consumo :selección de laudos comentados de la Junta Arbitral de Consumo de Cantabria* (Thomson Civitas 2007) 869, 58. Also, J. M. Busto Lago, N. Álvarez Lata and F. Peña López, *Reclamaciones de Consumo: Derecho de Consumo desde la Perspectiva del Consumidor* (Thomson-Aranzadi, Cizur Menor 2010)392 et seq.

<sup>27</sup> Articles 24 to 32 RD 231/2008.

that any future consumer complaint arising as a result of its business or profession is resolved through the scheme.<sup>28</sup> Therefore, if the company has publicly compromised with the scheme the mere presentation of a claim by a consumer formalizes the agreement. The acceptance of a tender offer to join this scheme entitles the employer or professional to display an official logo in all communications, joining the public registry of companies participating in the Consumer Arbitration System.<sup>29</sup>

The specialised literature has highlighted that the use of this distinctive official business or professional quality is an additional element that the employer or professional features for consumers, which may give the company an image of seriousness and trust to consumers.<sup>30</sup> Thus, it enhances consumer confidence because it shows that the company is willing to solve the controversies by a serious system of redress.

Moreover, the arbitration agreement may be also fulfilled by other means, such as by virtue of an arbitration clause contained in a contract or an independent clause. Further to this, a company may accept to participate in the CAS after receiving a claim by the arbitration board.<sup>31</sup> The company has, then, the opportunity to accept to be bound by the scheme at that moment.

### iii) Equity

Contrarily to the rule of generic arbitration, in the consumer domain the arbitrator dictates a final award that is based in equity unless parties agree on issuing arbitration in Law.<sup>32</sup> Law 60/2003 establishes that an arbitration court cannot rule as an *amiable compositeur* unless the parties have expressly authorized it to do so.<sup>33</sup>

### iv) Principles of due process

The Arbitrators must act according to the principles of due process. Specifically, RD 231/2008 establishes that proceedings must follow the principles of audience,

---

<sup>28</sup> Articles 24 and 25 RD 231/2008.

<sup>29</sup> Articles 28 and 31 RD 231/2008.

<sup>30</sup> C. J. Maluquer de Motes, 'El arbitraje de consumo como instrumento de calidad al servicio del consumidor y del empresario' in C. E. Florensa Tomás (ed), *El arbitraje de consumo* (Tirant lo Blanch 2004) .

<sup>31</sup> Article 24 RD 231/2008.

<sup>32</sup> See article 33 RD 231/2008.

<sup>33</sup> Article 34.1 *Ley 60/2003, de 23 de diciembre, sobre arbitraje* (on arbitration) (BOE 309, of 26 July 2003).

contradiction and equal treatment,<sup>34</sup> and arbitrators must act according with the principle of confidentiality.<sup>35</sup>

v) A flexible and speedy process

Furthermore, the CAS scheme has also been considered as a speedy process. However, some deadlines in the process may be considered as too long. For instance, RD 231/2008 establishes a six-month period from the day following the commencement of the arbitration proceedings for rendering an award.<sup>36</sup> Moreover, this period may be extended by the arbitration body through a reasoned decision, unless otherwise agreed by the parties, for a period that does not exceed two months.<sup>37</sup> Furthermore, it establishes the possibility for the parties to appeal the decision of admitting or rejecting the arbitration request in certain areas and the decision is subject to a three' months period.<sup>38</sup> For low-value consumer complaints, these aspects may unnecessarily slow down the resolution of the dispute and reduce the level of flexibility of the process. Understanding the need to speed up the process, the Spanish National Consumer Institute is developing a consumer arbitration process supported by electronic means, where all communications are performed electronically, although presently it is not fully implemented.<sup>39</sup>

vi) Free of cost

Finally, the CAS is recognised as a free of cost process for consumers.<sup>40</sup> However, the expenses incurred by evidence shall be borne by whoever made them and the common or overlapping by half.<sup>41</sup> Nevertheless, in the current economic crisis the establishment of a fee could help maintain the proper functioning of the system.

vii) Binding effects

---

<sup>34</sup> See article 41.1 RD 231/2008.

<sup>35</sup> Article 41.2 RD 231/2008.

<sup>36</sup> Article 49.1 RD 231/2008.

<sup>37</sup> Article 49.1 RD 231/2008.

<sup>38</sup> Article 36 RD 231/2008.

<sup>39</sup> Article 51 *et seq.* RD 231/2008. Accessible at <http://arbitrajedeconsumo.mspsi.es/cyu0.html> (Last accessed January 2013).

<sup>40</sup> Article 41.1 RD 231/2008.

<sup>41</sup> Article 45.3 RD 231/2008.

The arbitration bodies shall dictate a final award that is binding on both parties, and enforceable to anyone. Thus, the award is *res judicata*; once the Arbitration award is firm it is not possible to initiate a proceeding on the same matter and the same parties in a judicial or arbitration Court.<sup>42</sup>

### 1.1.2.3. Consumer Mediation in Catalonia

In 2010, according to the Spanish distribution of competences and the Catalan Statute of Autonomy, the new Consumer Code in Catalonia recognised consumer mediation as a means of consumer redress.<sup>43</sup> In particular, Article 131-1 of the Consumer Code sets out that Public Administrations shall foster, in collaboration with consumer organisations, the availability of processes for voluntary dispute resolution and the settlement of claims in consumer-related matters for consumers and traders.<sup>44</sup> Moreover, the Consumer Code accompanied a succinct regulation on some principles that should be followed by mediation providers. Yet, it did not provide for rules about the procedure. Instead, the Consumer Code mandates the Government to further develop the rules on the beginning, development and ending of the mediation proceedings as well as its effects.<sup>45</sup> Before the enactment of the Consumer Code, the Catalan Parliament enacted Act 15/2009 of 22 July, which aims at regulating mediation in Private Law in Catalonia.<sup>46</sup>

Mediation as a relational justice process is a consensual mechanism whereby the result of the conflict may be produced through cooperative behaviour, agreement, negotiation or dialogue among consumers and traders.<sup>47</sup> It is of interest to analyse this mechanism and to discern whether it is a valid and efficient mechanism of redress in an area that is strongly dependent of the imbalances and different bargaining powers

---

<sup>42</sup> Article 43 of Law 60/2003, on arbitration (BOE 309, OF 26 July 2003).

<sup>43</sup> Article 131-1 Consumer Code. Setting up mediation policies and procedures in the consumer domain fall within the competences of the Catalan Government. See Article 106.2 and 123 of the Catalan Statute of Autonomy, approved by *Llei Orgànica 6/2006 de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya* (Statute of Autonomy of Catalonia). (Published in BOE Num. 172, of 20 July 2006).

<sup>44</sup> *Llei 22/2010, de 20 Juliol, del Codi de Consum de Catalunya*, See Book I, Title III, articles 131-1 to 133-5 (DOGC Num. 5677, of 23 July 2010) (Hereinafter, Consumer Code).

<sup>45</sup> Final Disposition 2 Consumer Code. At the time this thesis was almost finished, it has appeared a Decree of the Government of Catalonia setting up a consumer mediation procedure.

<sup>46</sup> Chapter 5 deals with the applicability of this Act to consumer mediations. *Llei 15/2009, del 22 de juliol, de mediació en l'àmbit del dret privat* (DOGC 5432, of 30 July 2009).

<sup>47</sup> Pompeu Casanovas and Marta Poblet, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in Pompeu Casanovas and others (ed), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008)323.

of consumers and traders. In the end, it is important to discern whether the existence of the consumer as a weaker party strictly demands for the establishment of a determinative process monitored by the Public Administrations, or contrarily, if such a consensual mechanism may be efficient and permits introducing private entities and third mediators.

In Catalonia there is a diversity of consumer mediation providers, most of them from the public sector. The Agència Catalana del Consum (ACC) (Consumer Catalan Agency) is the main entity of the Catalan Government, which is devoted to protecting consumers.<sup>48</sup> On a local basis, the local and supra local information offices (OMICs, OCICs) are devoted to offering information and advice to consumers, and they also offer mediation services.<sup>49</sup> In addition, the Consumer Code also recognises that consumer associations are entitled to managing consumer-related disputes, particularly through mediation.<sup>50</sup> Furthermore, there are some codes of conduct derived from a co-regulation framework that set out private bodies to be entitled to mediate in consumer affairs.<sup>51</sup> According to RD 231/2008, mediation is also a previous phase of the Consumer Arbitration Scheme. Within the CAS, the Consumer Arbitration Boards offer mediation services before the dispute escalates into a binding arbitration.<sup>52</sup> Hence, mediation in the consumer field is a prerequisite to arbitration, which can be obtained by two different ways:<sup>53</sup> first, before referral to the Consumer Arbitration System, by way of presenting a mediation request to any of the bodies

---

<sup>48</sup> See <http://www.consum.cat/> (Last accessed January 2013)

<sup>49</sup> Article 126-10 Consumer Code considers that “Any publicly owned agency or organisation attached to any Catalan Public Administration that undertakes informative, guidance or advisory functions aimed at consumers is deemed to be a public consumer service in the scope of its jurisdiction and accordance with its powers.” (Own translation).

<sup>50</sup> Article 127.4 c) Consumer Code.

<sup>51</sup> Thus, the Confianza Online deontological Code establishes that the Spanish Association for the Digital Economy may mediate as regards electronic commerce activities with consumers and for violation of the data protection rules when an activity related to e-commerce. In case no agreement is reached, the complaint will be addressed to the national or regional arbitration board to be treated within the consumer arbitration system. See Article 42.6 Código Deontológico de Confianza Online. Accessible at [http://www.confianzaonline.es/confianzaonline/Codigo\\_CONFIANZA\\_ONLINE\\_2012.pdf](http://www.confianzaonline.es/confianzaonline/Codigo_CONFIANZA_ONLINE_2012.pdf) (Last accessed January 2013).

<sup>52</sup> Article 38 RD 231/2008.

<sup>53</sup> Marta Blanco Carrasco. 'La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro' (2009) Anuario Jurídico y Económico Escurialense XLII 2009 129,143



entitled to consumer mediation, or second, once submitted a claim to the arbitration system but before the conflict is known by the arbitration panel.<sup>54</sup>

### **1.1.3. The Online Dispute Resolution (ODR) movement**

The field of Online Dispute Resolution (ODR) has received much attention since Ethan Katsh and Janet Rifkin published their homonymous book in 2001.<sup>55</sup> Today, the ODR is a more consolidated area of research in the crossroads of Law and Technology, which analyses the influence of Information and Communication Technologies (ICT) in the realm of Dispute Resolution.<sup>56</sup> However, around the turn of the millennium this area of knowledge was highlighted by two seminal conferences. In December 2000 the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) co-organised a conference with the Hague Conference on Private International Law (HCPIIL) and the International Chamber of Commerce (ICC) which was titled: “Building Trust in the Online Environment: Business to Consumer Dispute Resolution”. The event brought together almost 250 people, representing government, business and civil society organisations, academia and the media. The aim of the two-day conference was to help guide OECD Member countries to decide on their follow-up work through national and international efforts in the area of online ADR.<sup>57</sup> It is noteworthy to show that some of its core objectives remain fully valid as of today. For instance, one of the conference objectives was “to explore whether and how online ADR can help resolve B to C disputes and consumer protection issues, and thus improve trust for global electronic commerce.” This question is as valid today as it was more than twelve years ago and somehow falls within the scope of this doctoral thesis.

Also in 2001, a research team by the E-Com research project at Geneva University organised a workshop titled “ODR: Where Are We And Where Are We Going?” which included an appendix on surveyed ODR institutions, an approach that

---

<sup>54</sup> As recognised by Article 38.1 RD 231/2008.

<sup>55</sup> Ethan Katsh and Janet Rifkin, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001)

<sup>56</sup> See recently, Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012)

<sup>57</sup> OECD, *Building Trust in the Online Environment: Business to Consumer Dispute Resolution. Joint Conference of the OECD, HCOPIIL, ICC. Report of the Conference* (DSTI/ICCP/REG/CP(2001)2, 11-12 December 2000)2

has been later on followed in other essays. The project aimed at evaluating legally and technologically the first experiments in ODR and formulating recommendations for the improvement of dispute settlement mechanisms using Information Technology.<sup>58</sup> In fact, this workshop posed some of the questions that have become recurrent on the subject. Among others, these are related to the similarities and differences between ADR and ODR, the characteristics of different dispute resolution mechanisms as well as issues regarding electronic communications.<sup>59</sup> In another work, Thomas Schultz asked a core question: is ODR a synonym for the online provision of traditional ADR or, is it a sui generis resolution of disputes?<sup>60</sup> Other recurrent questions in the literature are related to whether IT applied to courts (*cybercourts*) forms part of ODR; whether all acts of an ODR procedure must be online in order to qualify for ODR or whether ODR is only attributed to online conflicts or also to conflicts that originate offline. The work of various leading scholars has contributed to clarify some of these issues, including the benefits and barriers of ICT applied to the resolution of conflicts.<sup>61</sup>

In 2002 one of the pioneers in ODR, Colin Rule published his book “Online Dispute Resolution for Business”.<sup>62</sup> That work contains an in-depth overview of ODR and explores ODR in different fields such as B2C and B2B e-commerce, employment and ODR government. It offers expert advice on the advantages of ODR and contains

---

<sup>58</sup> In this thesis, Information Technology (IT) and Information and Communication Technologies (ICT) are used indistinctively.

<sup>59</sup> T. Schultz and others. 'Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues, E-Com Research Project of the University of Geneva.' (Geneva, 2001)

<sup>60</sup> T. Schultz. 'Online Dispute Resolution: an Overview and Selected Issues' (2002) United Nations Economic Commission for Europe. Forum on Online Dispute Resolution, Geneva, 6-7 June 2002 <<http://ssrn.com/abstract=898821>> (Last accessed January 2013).

<sup>61</sup> For instance, Eugene Clark, George Cho and Arthur Hoyle. 'Online Dispute Resolution: Present Realities, Pressing Problems and Future Prospects' (2003) 17 *International Review of Law, Computers & Technology* 7; Alexandre Cruquenaire and Fabrice de Patoul. 'Le développement des modes alternatifs de règlement des litiges de consommation : Quelques réflexions inspirées par l'expérience ECODIR' (2002) 8(1) *Lex Electronica* <[http://www.lex-electronica.org/docs/articles\\_19.htm](http://www.lex-electronica.org/docs/articles_19.htm)>; Benjamin G. Davis. 'The First International Competition for Online Dispute Resolution: Is this Big, Different and New?' (2002) 19 *Journal of International Arbitration* 379; Julia Hörnle. 'Online dispute Resolution in Business to Consumer E-commerce Transactions' (2002) 2 *The Journal of Information, Law and Technology (JILT)* <[http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002\\_2/hornle](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002_2/hornle)>; Julia Hörnle. 'Online Dispute Resolution: The Emperor's New Clothes?' (2003) 17 *International Review of Law, Computers & Technology* 27; Mohamed Wahab. 'The Global Information Society and Online Dispute Resolution: A New Dawn for Dispute Resolution' (2004) 21 *Journal of International Arbitration* 143; Arno R. Lodder and John Zeleznikow. 'Developing an Online Dispute Resolution Environment: Dialogue Tools and Negotiation Systems in a Three Step Model' (2005) *Harvard Negotiation Law Review* 287

<sup>62</sup> Colin Rule, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002)

some notions for designing effective ODR for business. Also in 2002, Vincent Bonnet published a paper on Online Dispute Resolution Systems as Web Services where it dealt with technical and security issues as well as online evidence in ODR.<sup>63</sup>

Ethan Katsh and Janet Rifkin coined the notion of “four party,” used to define the software employed to solve online disputes, besides the conflicting parties and the third impartial. Later on, Arno Lodder coined the notion of the fifth and the sixth party in ODR. The “fifth party” would identify the provider of the technology and the “sixth Party” would identify administrative bodies in dispute resolution.<sup>64</sup>

In 2001, Consumers International analysed an inventory of thirty ODR providers for cross-border B2C disputes.<sup>65</sup> In 2003, Professor Conley Tyler conducted a worldwide survey on Online Dispute Resolution providers stating the existence of seventy-four providers.<sup>66</sup> One year later, this survey was later updated with a hundred and fifteen ODR service providers surveyed.<sup>67</sup> Conley Tyler distinguished four phases of development of ODR:

- i) Amateur Phase (early 1990-1996), where a number of people, individually, began to work, often without formal support, to develop an online ADR;
- ii) Experimental Phase (1997-1998), characterised by the presence of pilot projects developed by academic institutions or non-profit institutions and funded by foundations and international organisations;
- iii) Business Phase (1999-2000), driven by private sector initiatives that were launched in the internet market with the provision of mediation services online;
- iv) Institutional Phase (from 2001), in which some public institutions (and courts) take some license service providers.

---

<sup>63</sup> Vincent Bonnet and others, 'Online Dispute Resolution Systems as Web Services', *Proceedings Hewlett-Packard OpenView University Association Workshop* (Proceedings 11-13-2002, 2002)

<sup>64</sup> Arno R. Lodder. 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' (2006) 15(2) *Information & Communications Technology Law* 143

<sup>65</sup> Consumers International, *Disputes in Cyberspace 2001: Update of Online Dispute Resolution for Consumers in Cross-border Disputes. Consumers International Office for Developed and Transition Economies. Disponible a [www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org)* (, 2001) (Last accessed January 2013).

<sup>66</sup> M. Conley Tyler and Di Bretherton. 'Seventy Six and Counting: an Analysis of ODR Sites. A Report of Research conducted for the Departament of Justice, Victoria, Australia' (2003) *Proceedings of the UNECE Forum on ODR 2003*

<sup>67</sup> Melissa Conley Tyler. '115 and counting. The State of ODR 2004' (<br />*Proceedings of the Third Annual Forum on Online Dispute Resolution 2004*) .

In 2009, a research conducted on behalf of the European Standardisation Committee (ESC-CEN) analysed fifteen ODR providers.<sup>68</sup>

Taking as starting point the study of Conley Tyler, the research team at the UAB-Institute of Law and Technology conducted an empirical research of ODR providers worldwide. The survey, which forms part of this thesis shows that ODR providers have not really boosted and that the institutional phase has not developed so far. Moreover, this study excluded several services from its scope of study such as systems that are mainly used in negotiation,<sup>69</sup> internal complaints handling mechanisms,<sup>70</sup> Cybercourts and disputes related to domain names.<sup>71</sup> The interim results of this study analysed twenty ODR providers in the world.<sup>72</sup> Later on, the results showed the analysis of thirty-five ODR providers in the world.<sup>73</sup> It may be noted that according to this survey most of the projects launched at the beginning of the millennium had closed down in 2010.<sup>74</sup>

Furthermore, the Internet Bar Organization (IBO) has raised an interesting initiative for a collaborative map for ODR providers worldwide.<sup>75</sup>

Figure 1. Internet Bar Organisation's collaborative map of ODR providers.

---

<sup>68</sup> Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009).

<sup>69</sup> Such as the systems *Inspire* or *Negoist*.

<sup>70</sup> Since they do not use a third impartial to deal with disputes.

<sup>71</sup> This is an area with many dispute resolution providers for the country code domain names ccTLD or sponsored domain names such as .cat, or the generic domain names. Therefore, the ICANN's dispute resolution process was not studied either.

<sup>72</sup> Marta Poblet and others, 'ODR y mediación en línea: Estado del arte y escenarios de uso' in Pompeu Casanovas and others (ed), *Materiales del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Colección Justicia y Sociedad, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009) 159, 392

<sup>73</sup> See Chapter 2. M. Poblet and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in P. Casanovas, J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011) 943-1008

<sup>74</sup> *ibid*

<sup>75</sup> Accessible at <http://odormap.crowdmap.com/> (Last accessed March 2013).



21. x20Nc foxc of 22x22 xnrc r22fri c 0

2

22. 23oc Soaelou 22c C2202 s lrc 2202 clrc o22 row. fo22obi l. fri c 22e22 loc m22  
 i x22w r22 o22 bi 22eo S22 bi 22Co22 f22 rfe22ob. ob22. 22e22 22i y wofoc f22i x. y 22 C22w w r22 lo22  
 l22 22 22 o ll22 22eo22i xy 22 rfo22bi u2222 b2222 22 22rfx22 ri c22i 22eo22lo22fxi c2222c Tri cy oc f022

23. 24 i b22i u22fo22, i xa22. c Cox f22aoc 22fexi . ne22fo22ux b22So22 b22u 22. bo C22wry 22 r lS22i c22  
 i clrc o22 22rfx22 ri c 022 Coo C22 co22 u22fo22y rlobfi cob22 u22fer22w wwi 22 e22b22Col rToxo C22fi 22 022  
 2222 uy 22 c H22i elox 22 C22022e. If- 2222i i a22rflo C22k22 clrc o22 row. fo22obi l. fri c 22e22 loc m22  
 u x222i cfoy wi x22 S2222 b r22o/ 22, er22e22w wo22 o C22rc 22 99P22 C22, er22e22xow koboc fb22fo22urc 22 22  
 xob. l2222 u22fo222222i y 22xobo22 22e22w i to22f22 22 oc o T2222 crTox b r fSO 2222 fe22 22 i xa22fo2222 fei x22  
 Col22 22 rfe22oTox 22ob. ob22. 22e22 22eo22 222222i xob22om l22 i xS22wrc 22wlob22c rfr22e rTob22ol oxfrc n22  
 22i cfxi l22 Tox222222w i TrCox b2222 22rfx22 ri c22 C22y o C22ri ri c2222 bob22olo22fxi c222222i y y ox22o22  
 22 C22oTrCoc 22o2222 x22C. o22w i Pobb22rc 22 clrc o22 22rfx22 22w i PooCrc n22o22 i xoi Tox22i feox22, i xa22  
 e22 o22 bi 22ooc 22i 22. bo C22 c22 clrc o22 22rfx22 ri c22. 22e22 22rc 2222ei y 22 2222e. If- 2222k22 u xy 22 ri c22  
 22o22eci li nS22 22 C22 22 22rfx22 ri c22 H22 2222 22x22 ffrri coxjb22 22. rCo/22 w. 22 l rbeo C22 rc 22 22 22 x rCn22  
 22 c rTox b r fSO 22

24. 25 wo22ru2222f. CS22 u22 xc ob22c 22xi b2222i xCox22 clrc o22 22rfx22 ri c22i Col rToxo C22fi 22 l22  
 22 gxclo2222i i a22k22xi b2222i xCox2222 foxc of 2222 row. fo22obi l. fri c/22, er22e2222 bi 2222i c f22 c b2222  
 22e22w fox22CoTi foC22fi 22w w r2222 lo22l22 22i c222222022er2222 fei x2222 bi 22woboc fb2222 l rbf22i u22

22. 23oc Soaelou 22c C2202 s lrc 2202 clrc o22 row. fo22obi l. fri c 22e22 loc m22  
 22i 125922. y 0 22. y y ox22 99J 22  
 23. 2422xroll22 22. uy 22c c H22i elox 22 C22 22ei y 22b22 2222e. If- 22 22 r Er 22 22 c 3n 022 22. b22n C22r 22 22e2222 p22. 22 Sb22  
 22br 022u 3b22-22n. C222222i. , ox2222, 22 foxc 22fri c22i 222222e. lfo22b22 99P 7222222222  
 24. 22ei y 22b22 2222e. If- 22 22 Sb22 22 C22r 222222er b22p-2222 2222 22 C22 C22r 22 2222 2222 C22r 2222 22 n2222 22%. , ox22 2222, 22  
 22 foxc 22fri c22i 22 99z 722222222222

recommendations for online platforms, Internet Services Providers, e-commerce websites, payment services providers and providers of dispute resolution services.<sup>79</sup> Protopsaltou, Schultz, and Magnenat-Thalmann analysed virtually shared workplaces in online arbitration.<sup>80</sup>

Pablo Cortes's book "Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union" published in 2011 by Routledge, evaluates how the introduction of ADR when complemented with ICT can assist in resolving consumer disputes that arise from e-commerce. ADR Laws and principles as well as flexible judicial processes, such as the small claims process, are also evaluated. The work also aims at exploring the current use and potential of ODR in the B2C context and to identify obstacles to a more widespread use of ODR for consumer transactions. The work ends with a proposal for an EU Directive to develop consumer ODR in the EU.<sup>81</sup>

In 2008 S. Schiavetta defended her doctoral dissertation entitled "Electronic Alternative Dispute Resolution - Increasing Access To Justice Via Procedural Protections." Schiavetta takes as the starting point the fair trial principle of Article 6 of the European Convention on Human rights. She suggests that disputants will only opt for e-ADR when they will also be in receipt of procedural safeguards equivalent to those given in court. However, disputants may be willing to accept the weakening of certain procedural safeguards as long as this is compensated for by other benefits accruing from the use of e-ADR, such as a cheap and fast resolution process. She also elaborates upon the principles entailed in the fair trial.<sup>82</sup>

In 2010 A. Lodder and J. Zeleznikow published their book "Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology". While presenting the benefits and barriers to the use of IT to support dispute resolution and presenting the current technology supporting dispute resolution, their approach is mainly focused on the management of negotiation knowledge. They conduct a detailed examination of intelligent negotiation support systems and they present their own model for ODR

---

<sup>79</sup> Julia Hörnle, *Cross-border Internet Dispute Resolution* (Cambridge University Press 2009)

<sup>80</sup> Dimitris Protopsaltou, Thomas Schultz and Nadia Magnenat-Thalmann. 'Taking the Fourth Party further? Considering a shared virtual workspace for arbitration' (2006) 15 *Information & Communications Technology Law* 157

<sup>81</sup> Pablo Cortés, *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011)

<sup>82</sup> It has not been possible to consult this doctoral thesis. References to this work has been obtained from A. Lodder and J. Zeleznikow, *Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology* (Cambridge University Press 2010) .

which consists of three stages (BATNA establishment, Rational Communication and Game Theoretic Decision Support).<sup>83</sup>

Furthermore, other authors have analysed ODR with some user cases. For instance, O. Rabinovich-Einy explored some aspects of ODR through the description of those ODR projects that were developed in Israel such as The New Generation Court System (NGCS), Benoam online arbitration system and Emun Hatzibur ODR scheme for the resolution of consumer complaints.<sup>84</sup> The author explains that this handful of case studies suffice to challenge some of our limiting conceptions about ODR – its scope, definition and impact – and to defy our expectations. At the same time, the Israeli experience also provides a good demonstration of the strong barriers – financial, cultural, institutional and professional – that still stand in the way of expansion of the field. Furthermore, A. Cruquenaire studies ECODIR's three step ODR process.<sup>85</sup> Moreover, there are other studies in the field of Domain Names conflicts, specifically the ICANN'S Uniform Dispute Resolution Policy (UDRP) and its relation to online arbitration. Colin Rule analysed ICANN's provisions.<sup>86</sup> There are also several specific papers on the UDRP such as the work of Konstantinos Komaitis.<sup>87</sup> Moreover, E. Bellucci and J. Zeleznikow present the software used in the family law area with Family Winner<sup>88</sup> and Asset Divider.<sup>89</sup>

The attention that was first focused on online arbitration has later on been posed into online mediation. As it has been put up, it seems that mediation is the

---

<sup>83</sup> *ibid.*

<sup>84</sup> Orna Rabinovich-Einy. 'Reflecting on ODR: The Israeli Example' (Expanding the Horizons of ODR: Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution in conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) CEUR Workshop Proceedings Series, 13 December 2008 2008) 13

<sup>85</sup> Alexandre Cruquenaire and Fabrice de Patoul, 'Le développement des modes alternatifs de règlement des litiges de consommation : Quelques réflexions inspirées par l'expérience ECODIR'

<sup>86</sup> Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts'

<sup>87</sup> Konstantinos Komaitis. 'Pandora's box is finally opened: The uniform domain name dispute resolution process and arbitration' (2005) 19 International Review of Law, Computers & Technology 99

<sup>88</sup> Emilia Bellucci and John Zeleznikow. 'Developing negotiation decision support systems that support mediators: A case study of the Family Winner system' (2005) Artificial Intelligence and Law, Volume 13, Number 2 / junio de 2005

<sup>89</sup> Emilia Bellucci, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' in Marta Poblet, Uri Schild and John Zeleznikow (eds), *Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009): a Post conference Workshop at the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law* (Huygens 2009) 55-69

fastest growing dispute resolution method.<sup>90</sup> For instance, Pablo Cortés's book contains a whole chapter on online mediation. Stephanie Bol analysed the role and some legal implications of different players in e-mediation.<sup>91</sup> Chapter 16 of the White Book on Mediation in Catalonia, which is part of this doctoral thesis, presents an overview of technologies, processes and products existing in the area of ODR and it analyses the uses of technology and the needs of providers of mediation services in Catalonia. The outcome of the investigation also helped develop a prototype online platform for mediation annexed to the chapter. Ultimately, its contribution has been to identify and explore new technological opportunities and to offer some recommendations enhancing the efficiency and effectiveness of technologies for online mediation. Recently, N. Ebner analyses e-mediation and foresees that e-mediation might regain the primacy in ODR that it enjoys in ADR as general.<sup>92</sup>

The work on ODR done by several institutions such as International Organisations (IO), Consumer and Business Organisations and other institutions is prominent. The European Commission's Digital Agenda for Europe 2010-2020 contains a specific action plan towards ODR. Thus, Action 14 is titled "Explore the possibilities for Alternative Dispute Resolution." There have also been other initiatives such as those of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). The OECD has been at the forefront of efforts to understand and to help governments respond to new developments in the ADR and ODR areas. In 2007 it published the OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress.<sup>93</sup> In 2001 Consumers International also published the report "Disputes in Cyberspace 2001: Update of Online Dispute Resolution for Consumers in Cross-border Disputes."<sup>94</sup>

---

<sup>90</sup> Pablo Cortés. 'Can I Afford Not to Mediate? Mandatory Online Mediation for European Consumers: Legal Constraints and Policy Issues' (2008) 35(1) Rutgers University Computer & Technology Law Journal 1

<sup>91</sup> Stephanie H. Bol. 'An analysis of the role of different players in e-mediation: the (legal) implications' (Second International ODR Workshop Wolf Legal Publishers, Tilburg 2005) 23

<sup>92</sup> Noam Ebner, 'E-Mediation' in Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on technology and dispute resolution* (Eleven International Publishing 2012) 357

<sup>93</sup> OECD., *Consumer Dispute Resolution and Redress in the global Marketplace* (OECD, 2006) <<http://www.oecd.org/sti/consumerpolicy/36456184.pdf>>

<sup>94</sup> AUTOCONTROL AECEM, *Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva* (amended in 2011), accessible at: [http://www.confianzaonline.es/confianzaonline/Codigo\\_CONFIANZA\\_ONLINE\\_2012.pdf](http://www.confianzaonline.es/confianzaonline/Codigo_CONFIANZA_ONLINE_2012.pdf); Consumers International, 'Disputes in Cyberspace 2001: Update of Online Dispute Resolution for Consumers in



The United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL) agreed in its 43rd session held in New York in July 2010 that “a Working Group should be established to undertake work in the field of online dispute resolution relating to cross-border electronic commerce transactions, including business-to-business and business-to-consumer transactions”. In this regard, it is worth mentioning that UNCITRAL is uniquely positioned to establish soft law instruments particularly suited for redress in the online commercial environment, reflecting the needs of the developed and developing world. In its twenty-fifth session held in New York, 21-25 May 2012 the Working Group III (Online dispute resolution) published its draft procedural rules on online dispute resolution for cross-border electronic commerce transactions. Currently, Working Group III is following its works towards this end.<sup>95</sup>

#### 1.1.4. **Defining Online Mediation**

In this thesis, an online mediation is a structured process mainly assisted by a third human party, the mediator, who does not impose nor proposes a solution, but puts his efforts in bringing the parties together in order they solve the conflict by themselves. This process is mainly facilitated through the use of Information and Communication Technologies, which are principally devoted to facilitating the communication between the parties and the management of the process.

## 1.2. **Methodology**

### 1.2.1. **The approach and the intended contribution**

This doctoral thesis has employed different research methodologies in the Law and broader Social Sciences domains. This thesis has used both quantitative and qualitative

---

Cross-border Disputes. Consumers International Office for Developed and Transition Economies. Accessible at <http://www.consumersinternational.org> (last accessed March 2013).

<sup>95</sup> The work done by the Uncitral working group on ODR is accessible at [http://www.uncitral.org/uncitral/en/commission/working\\_groups/3Online\\_Dispute\\_Resolution.html](http://www.uncitral.org/uncitral/en/commission/working_groups/3Online_Dispute_Resolution.html) (Last accessed March 2013).

techniques.<sup>96</sup> A quantitative research has been undertaken with an empirical investigation of consumer mediation in Catalonia with the aim to gather an in-depth understanding of this particular means of consumer redress in an area that has been traditionally influenced by an adjudicative mechanism, such is the Consumer Arbitration Scheme. Moreover, a qualitative approach has also been used with focus groups and key information interviews with selected consumer mediators in Catalonia. The qualitative approach has tried to clarify empirical data and has posed the views of those who undertake consumer mediations in their daily practice.

Moreover, a quantitative and qualitative approach research has also been followed in order to create a survey of Online Dispute Resolution (ODR) providers distributed worldwide and to ascertain how many of those entities provide online mediation services. Here, further to the study of former academic and professional surveys that had previously undertaken ODR surveys, an empirical investigation of ODR websites has been undertaken. Moreover, an ethnographic approach was followed, which consisted of online interviews and email exchange with experts in the field of ODR. This allowed improving the updated information of ODR providers that are currently providing their services, and thus discard outdated information and add new services. Some of these qualitative and quantitative research investigations have been undertaken on a collaborative basis with other research academics and professionals. This has allowed widening the scope of study and improving their results, which were published in the White Book of Mediation of Catalonia.

Furthermore, an empirical investigation was also undertaken in order to populate the databases of Geoconsum. Originally, this implied obtaining data of consumer mediation entities and legislation in Spain, to which some undergraduate students at the faculty of Law participated. Finally, this empirical investigation was delimited to the territory of Catalonia and provided contact details of consumer mediation entities in Catalonia and consumer legislation applicable in Catalonia.

Finally, another questionnaire was designed to ask the opinion of consumer experts of both public and private consumer mediation entities in Catalonia, and some

---

<sup>96</sup> In recent years, the legal field has experienced an increasing interest in empirical legal research. See Peter Cane and Herbert M. Kritzer, *The Oxford handbook of empirical legal research* (Oxford University Press 2010) 1094

structured interviews were conducted with experts involved in consumer mediations. The aim of this qualitative approach was to assess the usefulness of the mobile application that has been ideated and implemented at the UAB Institute of Law and Technology, Geoconsum.

Moreover, an analytical legal research approach has been followed. This has implied analysing a wide variety of legal texts, legislative texts of different origin including European, Spanish and Catalan legislation instruments. Moreover, it has implied analysing legislative draft documents, draft reports of different institutions involved in the legislative process. Moreover, this has included the analysis of soft law documents in the international, European, national or regional scope, which includes a wide array of standards, codes of practices or guidelines.

Furthermore, a thesis is the work of the aggregated opinions and arguments of diverse scholars or academics. This thesis has involved the analysis of a wide array of academic publications in secondary sources primarily in the fields of Online Dispute Resolution (ODR), Consumer Law, Private Law, Public Law, IT and Law, Semantics, Search and Retrieval, Legal Information Databases and Mobile technologies.

As it can be intuited, this thesis moves through different boundaries of traditional legal subjects followed by this academic discipline. Particularly, it is situated in the Consumer Law and the broader Private Law because it studies a particular dispute resolution mechanism in the consumer domain. However, it does not study the horizontal relations between consumers and traders but it focuses on the dispute resolution mechanism that may solve the controversies between them. Thus, when the consumer mediation is undertaken by a public body or Administration such as institutionalised consumer mediations in Catalonia, the sphere of Public Law is entered. Moreover, the implementation of IT tools for the provision of public sector information, and thus for the empowerment of consumers also situates the scope in the public sphere.

This thesis has been written thanks to the work undertaken in different applied research projects. Indeed, a great deal of this research has been undertaken through research, development and innovation (R+D+I) projects. The applied research projects in the field of Law and Technology demand for particular results, with the focus on technological progress. In order to be able to present a tangible result the researcher

in this field must take into account different research methodologies that may assist him and may benefit him from obtaining his final result. Moreover, this author has also collaborated with computer engineers and mobile software developers so that Geoconsum, a mobile application devoted to empower consumers, could be implemented.

The intended contributions of this thesis are:

- i) To provide a clear understanding of today's implementation of mediation services in the consumer field in Catalonia, a field that has been strongly influenced by adjudicatory mechanisms (arbitration).
- ii) To see whether the consumer domain is suitable for the introduction of IT, and particularly online mediations.
- iii) To provide a clear understanding of what is online mediation as a particular mechanism of ODR, and therefore to define online mediation.
- iv) To see the different technologies that may support, enhance or enable online mediations.
- v) To modestly enrich the literature on ODR by analysing one particular domain (B2C), one particular mechanism (online mediation) in one territory (Catalonia).
- vi) To provide a set of regulatory principles for online consumer mediation in Catalonia.
- vii) To see how can IT contribute to empower consumers by improving the provision of information and consumer awareness.
- viii) To provide a mobile technological device that may contribute to empower consumers in Catalonia.

This author believes that this is a very suitable moment for the defence of this thesis because of the following reasons:

- i) First, the research of this thesis has been delimited to the territory of Catalonia where today there is a succinct legal regime on consumer mediation in the Consumer Code. Yet, there is a mandate for the Catalan Government to further develop this legal landscape, and currently, a Draft

Decree on mediation procedure in consumer relations is subject to a public information phase.

- ii) At present, the European institutions are in the process of setting out binding rules in the field of ADR and ODR that will affect offline and online consumer mediation in Catalonia. On 12 March 2013, the European Parliament approved the texts of a Directive on ADR for consumer disputes<sup>97</sup> and a Regulation on ODR for consumer disputes,<sup>98</sup> which may be soon legislative instruments affecting this field of study.
- iii) Today, consumer empowerment policies are on the agenda of European and national legislators and Governments. Further to legislative instruments, it seems interesting to foresee the role that technology can have by contributing to empower consumers. In this particular moment, mobile technologies appear to be very suitable for the provision of information to consumers. The novelty of presenting a mobile application may be seen because it has been the first mobile application of its kind devoted to protecting consumers in Catalonia. Other applications devoted to consumer empowerment by public institutions may follow.<sup>99</sup>

### **1.2.2. The Thesis as a compilation of publications**

This thesis represents the culmination of years of research work at the UAB- Institute of Law and Technology in research, development and innovation projects. Most of the

---

<sup>97</sup> European Parliament, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Directive 2013/.../EU of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)* ((EP-PE\_TC1-COD (2011)0373), 2013).

<sup>98</sup> European Parliament, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Regulation (EU) No .../2013 of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR)* ((EP-PE\_TC1-COD (2011)0374), 2013).

<sup>99</sup> The Catalan Consumer Agency will soon release Infoconsum, a mobile application for consumers. [http://www.consum.cat/ecofin\\_webacc/AppJava/uploads/NP-%20Infoconsum.pdf](http://www.consum.cat/ecofin_webacc/AppJava/uploads/NP-%20Infoconsum.pdf) (Last accessed 21 March 2013).

work of this thesis has contributed to the legal basis of diverse European and Spanish research projects. In particular, this thesis has been possible thanks to the following research projects:

- i) The “White Book on Mediation in Catalonia” (Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya).<sup>100</sup> The White Book, which was financed by the Government of Catalonia for the period 2008-2010, represents an in-depth analysis of mediation uses and needs in Catalonia, Spain.
- ii) “ONTOMEDIA: Ontologies and Platform of Web Services for Online Mediation”, (TSI-020501-2008-131) (*ONTOMEDIA: Ontologies y Plataforma de Servicios Web para la Mediación Online*) funded by the Spanish Ministry of Industry, Tourism and Commerce (2008-2010). This project aimed to provide a web platform for online consumer mediation with semantic web capabilities.
- iii) “eMCOD – eTool for Measuring the Cost and Quality of Dispute Resolution Procedures” (European Commission, JLS/28002/CFP/CJ/08).<sup>101</sup> The main purpose of the project was to develop a methodology for measuring the costs and quality of ODR. EMCOD aimed to broaden access to justice through use of ODR. A software tool was developed enabling providers and users of ODR to measure and make transparent the costs and quality of the dispute resolution processes.
- iv) “Building Interoperability for European Civil Proceedings Online” is a research project financed by the European Commission (European Commission, JLS/2009/JCIV/AG/0035, 2010-2011;<sup>102</sup>). This project aimed at building interoperability for online civil proceedings, specifically for the European Small Claims Procedure and the European Order for Payment Procedure.
- v) “CONSUMEDIA: Plataforma basada en ontologías para el modelado de procesos de mediación empresarial y de consumo” (Consumedia: Web

---

<sup>100</sup> <http://www.llibreblancmediacio.com/> (Last accessed January 2013).

<sup>101</sup> <https://www.emcod.net/> (Last accessed January 2013).

<sup>102</sup> [http://acqua.irsig.cnr.it/JAM/JAM/studio/Interoperability/index\\_html/document\\_view](http://acqua.irsig.cnr.it/JAM/JAM/studio/Interoperability/index_html/document_view). (Last accessed January 2013).

platform based on ontologies for process modelling of consumer and entrepreneurial mediation); (IPT-2011-1015-430000). The on-going Consumedia project is a research project financed by the Spanish Ministry of Science and Innovation for the period 2011-2013 which aims at implementing an online mediation platform for consumer and trader complaints with automated processes.

This doctoral thesis has been written following a model of a compilation of publications. The reasons to defend this doctoral thesis following a model of compendium of publications are the following:

- i) Since these publications have been reviewed by both national and international referees, these peer review processes assure that the selected articles comply with international academic standards.
- ii) Since this thesis has been conducted with the funding of applied research projects, both European and Spanish, it has been necessary to disseminate partial results of the projects.
- iii) The field of study, in a rapidly evolving scenario in the cross-roads of Law and technology suggests disseminating partial results in a more rapid way through academic journals, papers and book chapters.
- iv) The publication of partial results of this thesis in well-recognized international journals may be advantageous from a research funding point of view. This may foster obtaining further research projects.
- v) Moreover, two of the compilation publications included in this doctoral thesis have been written with highly renowned academics in different fields. Whereas it is true that academic collaboration may be of interest for their members, the interrelationship between highly renowned academics and a PhD candidate is very beneficial for the later.
- vi) Since this author is a researcher, the thesis by a compendium of publications may render more advantageous to the author than the classic monographic thesis in social sciences with a higher number of citations.

However, the field of law and technology is a rapid and changing world. The technological landscape advances rapidly with new technologies and functionalities. Moreover, in the latest months before delivering this doctoral thesis there have been major legislative developments in the field of ADR and ODR in different levels, European, Spanish and Catalan. Therefore, an updating effort has been necessary in chapter 2.2 and 2.3 in order to adapt two former publications to the new requirements of law and technology.

### **1.2.3. Structure of the work and justification of the thematic unit**

In order to understand the phenomenon of online consumer mediation it has seemed interesting to review the present practice in the field; to ascertain whether the phenomenon exists and if so, the nature of the phenomenon.<sup>103</sup> It seemed of interest to analyse online mediation within the broader ODR, to study which methods are actually used and what technologies are employed. These issues are addressed in chapter 2, which is devoted to establishing a general framework of ODR and actors. It shows online mediation in the context of ODR, it provides a survey on thirty-five ODR providers that perform online mediation services and other ODR services and it presents the state-of-the-art technology that is being involved in those services. Chapter 2.3 focuses on the main services that are provided nowadays in the field of ODR. It analyses the services, the procedures and the main technological functionalities of ODR providers that have been selected as major contributions in the market of conflicts. Chapter 2.4 starts with some introductory remarks and it presents some benefits and pitfalls of ODR. Furthermore, it analyses the recent legislative developments in the field of ADR/ODR from the EU, the Spanish and the Catalan level. As regards mediation, it takes into account several provisions fostering online mediations, and presents some effects of online mediation agreements. It also suggests that simplified online mediation processes could foster the use of these mechanisms for low-value complaints. Finally, it presents some provisions concerning the electronic means of communication in arbitration.

---

<sup>103</sup> Lisa Webley, 'Qualitative Approaches to Empirical Legal Research' in Peter Cane and Herbert Kritzer (eds), *The Oxford Handbook of Empirical Legal Research* (Oxford University Press 2012) 926, 948



Chapter 3 is devoted to analysing consumer mediation in Catalonia. Firstly, it analyses empirical data from mediation providers in Catalonia, and it presents several issues such as what entities provide consumer mediation services in Catalonia, how many mediations take place and how they can be distributed by sectors. It also deals with mediators and the parties and it studies the process and the results of mediation. Moreover, it uncovers a qualitative analysis made through interviews to professionals and focus groups meetings which also underline the relevance that technology may have as a supporting tool for consumer mediation. Secondly, chapter 3 explores the regulatory regime of online consumer mediation. It examines the succinct regulation of the Consumer Code in Catalonia and analyses European legislative instruments to foresee the application of some principles of online consumer mediation.

Chapter 4 explores the role that technology may have in assisting online consumer mediation. Information and Communication Technologies (ICT) have changed the way consumers' access to both legal information and advice; consumer information is widely available on a digital format. The Chapter considers that ICT and particularly mobile technologies may contribute to overcome the lack of awareness of consumer mediation bodies and ADR/ODR mechanisms. In addition to this contextual framework, chapter 4 shows the implementation process of a mobile application that may assist consumers' access to justice by providing databases filled with consumer mediation bodies and consumer legislation. It also presents some challenges faced in the process of implementing the databases and shows the databases content. Furthermore, it presents the mobile app' functionalities based in geolocation parameters and search and retrieval. Chapter 4 ends with an assessment of the mobile application that has been provided by consumer experts. The results are very encouraging because they show that Geoconsum may contribute to increasing the empowerment of consumers and bringing them closer to consumer mediation entities.

Chapter 5 presents a global summary of results that are structured in four broad areas. It starts by taking into account mediation in the consumer field in Catalonia and to assess whether mediation is an efficient means of redress in the B2C field. Moreover, chapter 5 focuses on how can ITC assist mediation proceedings in conflicts between consumers and companies. It discusses the regulatory principles of online consumer mediation in Catalonia and finally, it focuses on technology,

particularly mobile technologies as a means of consumer empowerment. Chapter 5 ends with some final conclusions and further work that may be undertaken.

## References

- Abdel Wahab MS, Katsh E and Rainey D (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).
- AUTOCONTROL, AECEM, *Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva* (Junio 2005).
- Agència Catalana del Consum, *Memòria 2008* (2009).
- Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2009* (2010).
- Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011).
- Barral Viñals I and Suquet Capdevila J, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P Casanovas, J Magre, M<sup>a</sup> E Lauroba (ed), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya. edn, Huygens 2011).
- Bellucci E, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' in M Poblet, U Schild and J Zeleznikow (eds), *Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009): a Post conference Workshop at the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law* (Huygens 2009).
- 'Developing negotiation decision support systems that support mediators: A case study of the Family Winner system' (2005) (13) 2 Artificial Intelligence and Law.
- Benyekhlef K and Gélinas F, 'Online Dispute Resolution' (2005) 10(2) Lex electronica <[http://www.lex-electronica.org/docs/articles\\_87.pdf](http://www.lex-electronica.org/docs/articles_87.pdf)>, last accessed 24 February 2013.
- Blanco Carrasco M, 'La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro' (2009) Anuario Jurídico y Económico Escurialense XLII 129.
- Bol SH, 'An analysis of the role of different players in e-mediation: the (legal) implications' (Second International ODR Workshop Wolf Legal Publishers, Tilburg 2005) 23.
- Bonnet V and others, 'Online Dispute Resolution Systems as Web Services' in *Proceedings Hewlett-Packard OpenView University Association Workshop* (Proceedings 11-13-2002, 2002).

- Busto Lago JM, Álvarez Lata N and Peña López F, *Reclamaciones de Consumo: Derecho de Consumo desde la Perspectiva del Consumidor* (Thomson-Aranzadi, Cizur Menor 2010).
- Cane P and Kritzer HM, *The Oxford handbook of empirical legal research* (Oxford University Press 2012).
- Casanovas P and Poblet M, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in P Casanovas and others (eds), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008).
- Clark E, Cho G and Hoyle A, 'Online Dispute Resolution: Present Realities, Pressing Problems and Future Prospects' (2003) 17 *International Review of Law, Computers & Technology* 7.
- Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009).
- Commission of the European Communities, *Green Paper. Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market* (COM (93) 576 final, 1993).
- Communication from the Commission " Action Plan on consumer access to justice and the settlement of consumer disputes in the internal market"* (14.02.1996, COM 96, 13 Final, 1996).
- Conley Tyler M and Bretherton D, 'Seventy Six and Counting: an Analysis of ODR Sites. A Report of Research conducted for the Department of Justice, Victoria, Australia' (2003) *Proceedings of the UNECE Forum on ODR 2003*.
- Conley Tyler M, '115 and counting. The State of ODR 2004' (*Proceedings of the Third Annual Forum on Online Dispute Resolution 2004*).
- Consumers International, *Disputes in Cyberspace 2001: Update of Online Dispute Resolution for Consumers in Cross-border Disputes. Consumers International Office for Developed and Transition Economies.* (2001) Accessible at <http://www.consumersinternational.org/news-and-media/publications/disputes-in-cyberspace-2001-update-of-online-dispute-resolution-for-consumers-in-cross-border-disputes#.UVBk8hc9qnI>> last accessed 24 February 2013.
- Cortés P, 'Can I Afford Not to Mediate? Mandatory Online Mediation for European Consumers: Legal Constraints and Policy Issues' (2008) 35(1) *Rutgers University Computer & Technology Law Journal*.
- Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011).
- Cruquenaire A and Patoul Fd, 'Le développement des modes alternatifs de règlement des litiges de consommation : Quelques réflexions inspirées par l'expérience

ECODIR' (2002) 8(1) Lex Electronica <[http://www.lex-electronica.org/docs/articles\\_19.htm](http://www.lex-electronica.org/docs/articles_19.htm)> last accessed 24 February 2013.

Davis BG, 'The First International Competition for Online Dispute Resolution: Is this Big, Different and New?' (2002) 19 *Journal of International Arbitration* 379.

Ebner N, 'E-Mediation' in Abdel Wahab, Mohamed S., Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on technology and dispute resolution* (Eleven International Publishing 2012).

European Commission, *Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law* (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002).

--*Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011).

--*Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment.* (2011).

Hörnle J, 'Online dispute Resolution in Business to Consumer E-commerce Transactions' (2002) 2 *The Journal of Information, Law and Technology (JILT)* <[http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002\\_2/hornle](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002_2/hornle)> last accessed 24 February 2013.

--'Online Dispute Resolution: The Emperor's New Clothes?' (2003) 17 *International Review of Law, Computers & Technology* 27.

--*Cross-border Internet Dispute Resolution* (Cambridge University Press 2009).

Katsh E and Rifkin J, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001).

Kaufmann-Kohler G and Schultz T, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004).

Konstantinos Komaitis, 'Pandora's box is finally opened: The uniform domain name dispute resolution process and arbitration' (2005) 19 *International Review of Law, Computers & Technology* 99.

Lodder A and Zeleznikow J, *Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology* (Cambridge University Press 2010).

Lodder AR, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' (2006) 15(2) *Information & Communications Technology Law* 143.

Lodder AR and Zeleznikow J, 'Developing an Online Dispute Resolution Environment: Dialogue Tools and Negotiation Systems in a Three Step Model' (2005) *Harvard Negotiation Law Review* 287.

Maluquer de Motes CJ, 'El arbitraje de consumo como instrumento de calidad al servicio del consumidor y del empresario' in C E Florensa Tomás (ed), *El arbitraje de consumo* (Tirant lo Blanch 2004).

OECD, *Building Trust in the Online Environment: Business to Consumer Dispute Resolution. Joint Conference of the OECD, HCOPII, ICC. Report of the Conference* (DSTI/ICCP/REG/CP(2001)2, 11-12 December 2000).

OECD, *Consumer Dispute Resolution and Redress in the global Marketplace* (OECD , 2006) <<http://www.oecd.org/sti/consumerpolicy/36456184.pdf>> last accessed 24 February 2013.

Poblet M and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in Casanovas, P., J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).

Poblet M and others, 'ODR y mediación en línea: Estado del arte y escenarios de uso' in Casanovas, Pompeu and others (ed), *Materiales del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Colección Justicia y Sociedad, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009).

Protopsaltou D, Schultz T and Magnenat-Thalmann N, 'Taking the Fourth Party further? Considering a shared virtual workspace for arbitration' (2006) 15 *Information & Communications Technology Law* 157.

Rabinovich-Einy O, 'Reflecting on ODR: The Israeli Example' (Expanding the Horizons of ODR: Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution in conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) CEUR Workshop Proceedings Series, 13 December 2008) 13.

Rule C, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass 2002).

Schultz T, 'Online Dispute Resolution: an Overview and Selected Issues' (2002) United Nations Economic Commission for Europe. Forum on Online Dispute Resolution, Geneva, 6-7 June 2002 <<http://ssrn.com/abstract=898821>> last accessed 24 February 2013.

-- *Information Technology and Arbitration: a Practitioner's Guide* (Kluwer Law International 2006).

Schultz T and others, 'Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues, E-Com Research Project of the University of Geneva.' (University of Geneva, 2001) <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=899079](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899079)>, last accessed 24 February 2013.

Tomillo Urbina JL and Álvarez Rubio J, *Práctica arbitral de consumo: selección de laudos comentados de la Junta Arbitral de Consumo de Cantabria* (Thomson Civitas 2007).

Wahab M, 'The Global Information Society and Online Dispute Resolution: A New Dawn for Dispute Resolution' (2004) 21 *Journal of International Arbitration* 143.

Webley L, 'Qualitative Approaches to Empirical Legal Research' in P Cane and H Kritzer (eds), *The Oxford Handbook of Empirical Legal Research* (Oxford University Press 2012).





## Chapter 2

### General Framework: Online Dispute Resolution (ODR) and

### Actors

#### 2.1. Introduction

This Chapter is devoted to presenting online mediation within the general framework of Online Dispute Resolution (ODR). ODR usually refers to the application of Information and Communication Technologies (ICT) to facilitate the resolution of disputes between contending parties, and thus, it includes a wide array of services and processes. Chapter 2.2 analyses ODR and studies the technologies that may support online mediation. It determines the scope of ODR and describes its main features as compared to Alternative Dispute Resolution (ADR) and other relevant services such as Negotiation Support Services (NSS) and Negotiation and Decision Support Services (NDSS). It shows the processes and services of ODR, it offers a survey of existing ODR providers and it shows the technological uses of mediation in Catalonia.

Chapter 2.3 follows with an overview of ODR providers and services. From a theoretical perspective, it takes into account diverse services such as assisted negotiation, automated negotiation, negotiation and decision support services, negotiation, mediation, recommendation and arbitration. The chapter recognises that ODR remain a highly unstable area and that the number of ODR providers has not fully expanded in the latest years. Therefore, from a more practical approach, it takes into account some of the most remarkable ODR providers with the aim to analysing some of their most relevant features in their resolution process. In Spain, nevertheless, ADR providers have not fully exploited the potentialities of ICT. There are few cases of ADR providers implementing technological tools in the dispute resolution process. Thus, chapter 2.3 ends with an analysis of two of these cases, the ADR services offered by the trustmark scheme Confianza Online and the recommendation and adjudication services under the “.Cat” domain name’s policies.

Finally, chapter 2.4 takes into account a legal perspective of ODR in the consumer domain. Further to some introductory notes, the chapter addresses some debatable issues about the scope of ODR. In this regard, a broad approach to ODR can entail some benefits because it can integrate research from distinctive fields such as e-justice and ODR but also from Artificial Intelligence as it is shown by the emerging domain of Agreement Technologies. Chapter 2.4 classifies ODR and it considers some benefits and pitfalls of ODR such as the lack of awareness of ODR and the fragmentation and diversity of processes, services and technologies employed. In this regard, the chapter considers that semantic technologies are due to play a remarkable role in ODR. Moreover, it takes into account new European legislative texts relating to consumer ADR and consumer ODR, instruments that will probably place ADR and ODR in the centre of the consumer debate in the next decades. The chapter notes that currently there are several legislative texts affecting online mediation in Catalonia, from the European, Spanish and Catalan levels. It analyses these legislative instruments and assesses their application in the mediation consumer domain. Finally, before presenting some aspects related to electronic communications on arbitration, it addresses some effects of mediation such as the enforceability of mediation agreements.

## **2.2. Technologies for online mediation and Online Dispute Resolution**



# Tecnologías para la mediación en línea: estado del arte, usos y propuestas

**Marta Poblet** (ICREA, Institut de Dret i Tecnologia UAB)

**Pablo Noriega** (IIIA-CSIC)

**Josep Suquet** (Institut de Dret i Tecnologia UAB)

**Sílvia Gabarró** (Institut de Dret i Tecnologia UAB)

**Josep Redorta** (Institut de Dret i Tecnologia UAB)

## Resumen

Este capítulo recoge la investigación que el equipo de mediación y tecnología (ET11) ha realizado en el marco del Libro Blanco. Los objetivos generales del capítulo son presentar, por un lado, una panorámica de las tecnologías, procesos y productos actualmente existentes en el ámbito de la resolución en línea de conflictos (*Online Dispute Resolution*, ODR) y, por el otro, analizar los usos de la tecnología y las necesidades de los proveedores de servicios de mediación en Cataluña. El resultado de la investigación también ha permitido desarrollar un prototipo de plataforma online para la mediación que figura como Anexo del capítulo. En última instancia, nuestra aportación al Libro Blanco ha consistido en identificar y explorar nuevas oportunidades tecnológicas y en ofrecer algunas recomendaciones que potencien la eficiencia y eficacia de los servicios de mediación, así como la satisfacción de los usuarios hacia estos servicios.

## Palabras clave

Alternative Dispute Resolution, ADR, Online Dispute Resolution, ODR, mediación, tecnología, servicios de ODR, instituciones electrónicas.

## Índice

1	Introducción: El uso de tecnologías en la mediación	7	Recomendaciones
2	Delimitación del ámbito de los Online Dispute Resolution (ODR)	7.1	Recomendaciones de carácter general
2.1	ADR vs. ODR	7.2	Recomendaciones de carácter específico
2.2	Tecnologías de apoyo (IT supported), tecnologías de mejora (IT enhanced) y tecnologías habilitadoras (IT enabled) de la mediación	8	Conclusión
2.3	DSS, NSS y ODR	9	Bibliografía
3	Tecnologías de la información para sistemas de apoyo a la mediación	Anexo: Prototipo de un Sistema Genérico de Apoyo a la Mediación	
3.1	Comunicación e interfaces	1	Introducción
3.2	Almacenamiento de la información	2	¿Qué entendemos como sistema de mediación?
3.3	Gestión de expedientes	2.1	Marco de comunicación
3.4	Criterios tecnológicos generales de diseño	2.2	Modelo de Información
3.5	Criterios de diseño para sistemas de apoyo a la mediación	3	¿Por qué hablamos de un prototipo genérico de mediación?
4	Procedimientos y servicios de ODR	4	Características del prototipo LLB
4.1	Los procedimientos de ODR	5	Una nota sobre las versiones de demostración del prototipo LLB
4.2	La negociación asistida	6	Descripción detallada del prototipo LLB
4.3	La negociación automática	6.1	Ontología
4.4	La mediación	6.2	Modelo de información
4.5	El arbitraje	6.3	Estructura Performativa
4.6	Otros mecanismos de ODR	6.4	Escenas
5	Estado del arte de los servicios y las tecnologías	6.4.1	<i>Itinerari</i>
5.1	Etapas de desarrollo	6.4.2	<i>Negociació Directa</i>
5.2	Estado actual de los servicios de ODR	6.4.3	<i>Ofertes Creuades Convergents amb mediador</i>
5.3	Aspectos a destacar de los servicios ODR	6.4.4	<i>Mediació Facilitada</i>
6	Los usos tecnológicos de los diferentes ámbitos de la mediación en Cataluña	6.4.5	<i>Brainstorming anònim</i>
6.1	Protocolos de mediación	6.4.6	<i>Mediació Clàssica</i>
6.2	Usos tecnológicos y aplicación de la tecnología	6.4.7	<i>Arbitratge</i>
		6.4.8	<i>Recomanació</i>
		7	Bibliografía
			Notas



## 1 Introducción: El uso de tecnologías en la mediación

Las tecnologías de la información y la comunicación están muy presentes en todos los ámbitos de la mediación: usamos el teléfono o el fax para solicitar o derivar una mediación, rellenamos formularios online disponibles en Internet, enviamos correos electrónicos para fijar las agendas, intercambiar documentos escaneados y borradores, o avisamos por SMS de que llegaremos tarde a la sesión. Y, por su lado, los servicios de mediación disponen cada vez más de sistemas informáticos de gestión de casos, de bases de datos, de equipamiento para videoconferencia, etc. A veces, la adopción de tecnologías se produce de forma más o menos espontánea y sin guión previo; otras, es fruto de programas e inversiones de coste muy variable. En cualquier caso, la finalidad no es otra que facilitar los procedimientos de mediación a los usuarios, a los mediadores y a los gestores de los servicios, haciéndolos más eficientes y menos costosos para todos ellos. El objetivo de este capítulo del Libro Blanco es, en primer lugar, ofrecer de forma ordenada un panorama de las tecnologías que se utilizan actualmente en la mediación. Hay muchas formas de hacer esto, pero nos parece que una de las más clarificadoras es presentar el ámbito de los denominados *Online Dispute Resolution* (ODR) y dilucidar cuáles son, actualmente, los procedimientos, los servicios y las herramientas más relevantes para la mediación (secciones 3, 4 y 5). En segundo lugar, exponemos los resultados de la investigación sobre los usos tecnológicos en los diferentes ámbitos de la mediación en Cataluña. Estos resultados se han obtenido a partir de datos cuantitativos procedentes de diferentes encuestas del Libro Blanco y, a la vez, de cuestionarios y entrevistas dirigidos a diferentes expertos y responsables de los servicios en cada ámbito (sección 6). En tercer

lugar, hemos elaborado un conjunto de recomendaciones de tipo general y específico según las tipologías de mediación para facilitar su adopción tanto en la gestión del proceso como en las actividades. Finalmente, presentamos como Anexo de este capítulo el prototipo de software de ODR que hemos desarrollado en paralelo a la investigación: se trata de un prototipo de plataforma, basada en la noción de institución electrónica para la gestión online del proceso y las actividades de mediación en un marco que incluye otras alternativas posibles (negociación, conciliación, arbitraje, etc.).

## 2 Delimitación del ámbito de los Online Dispute Resolution (ODR)

El término *Online Dispute Resolution* (ODR) se empieza a popularizar con el nuevo milenio. En 2001, Ethan Katsh y Janet Rifkin publicaron el primer libro con este mismo título en Estados Unidos y examinaron la historia reciente del ODR, sus finalidades básicas y las características de los sistemas que entonces estaban en uso (Katsh y Rifkin, 2001). Katsh y Rifkin también son los primeros que asignan a las tecnologías online el rol de “cuarta parte” en la resolución de los conflictos que surgen en el ámbito de Internet. Ese mismo año, un equipo de investigación de la Universidad de Ginebra publicó un primer informe (Schultz et al., 2001) en el marco de un pequeño coloquio de expertos (“ODR: Where Are We And Where Are We Going?”) donde se pusieron sobre la mesa las principales cuestiones técnicas y jurídicas que plantean los incipientes servicios de ODR que proliferan en un mercado en que las transacciones electrónicas, especialmente en el sector del comercio, empiezan a



adquirir un volumen significativo. Estos primeros documentos y otros posteriores (e.g. Consumers International, 2001; Schultz, 2002a; Schultz, 2002b; Hammond, 2003; Conley Tyler, 2003; Conley Tyler, 2004; Bonnet, 2004; Lodder y Zeleznikow, 2005) proponen distintas definiciones de ODR. Schultz, por ejemplo, se plantea una cuestión recurrente: ¿es el término ODR sinónimo de la provisión online de los procedimientos ADR tradicionales o es un método *sui generis* de resolución de disputas (Schultz, 2002<sup>a</sup>)? ¿Es necesario que todas las fases del proceso se hagan online para que el servicio se califique como ODR o es suficiente si se combinan las fases *online* y *offline*? (idem). ¿Los ODR se dirigen a las disputas que se generan en Internet o también hay que incluir las que se originan fuera de este ámbito (Lodder y Zeleznikow, 2005)?

En definitiva, ¿los diferentes términos que se han ido utilizando a lo largo de esta década –Internet Dispute Resolution (iDR), electronic Dispute Resolution (eDR), electronic ADR (eADR), *online* ADR (oADR)– son intercambiables? Como ya seguramente anticipa el lector, no hay una respuesta unívoca a estas cuestiones y en cambio sí que persiste cierta confusión. En este capítulo, hechas algunas precisiones, adoptaremos una postura pragmática no muy diferente a la que puso de manifiesto Colin Rule en 2002 en el prefacio de uno de los otros libros que se han convertido en elemento de referencia en este terreno: “Soy el primero que admite que el acrónimo elegido para este campo es desafortunado. (...). Me he resignado tardíamente al término y a usarlo a lo largo de este libro, lo que sin duda contribuirá a cementar su posición” (Rule, 2002: 305).

He aquí pues las precisiones que, si es necesario, nos ayudaran a convivir con esta expresión y a verla menos desafortunada de lo que podría parecer. El concepto “en línea” (*online*) se acuñó en ciencias de la computación a mediados del siglo pasado y es el término técnico usado para designar un algoritmo que procesa sus entradas (input) de forma secuencial a medida que las va recibiendo, en lugar de tener todo el contenido de las entradas desde un inicio. Esta noción se amplía después para distinguir entre un servicio que se provee al mismo tiempo que se está produciendo una actividad (en línea u *online*), de otro servicio que se provee cuando esta actividad ya ha acabado (fuera de línea u *offline*). Por ejemplo, los intérpretes presentes en una sesión de la Asamblea de Naciones Unidas o del Consejo de Europa traducen en línea, mientras que el traductor de las Resoluciones de la Asamblea o de las Recomendaciones del Consejo trabaja fuera de línea. De forma similar, nuestro saldo bancario se actualiza en línea si compramos un

producto con una tarjeta de débito, pero si usamos una tarjeta de crédito el saldo se actualizará fuera de línea, esto es, cuando llegue el día acordado para el cargo de la tarjeta. Sin embargo, con el tiempo la expresión ha ido tomando significados más genéricos: de este modo, “en línea” se suele referir a una servicio que se provee a través de Internet (y, por ejemplo, hacemos “reservas en línea” cuando queremos comprar un billete de avión a una compañía de bajo coste) o a un servicio al que puede accederse mediante una conexión por ordenador (como consultar un diccionario en línea). Como veremos enseguida, la expresión “*online dispute resolution*” o “resolución en línea de conflictos” se ha acabado por entender en un sentido laxo e implica que se utilicen las tecnologías de la información de alguna forma significativa en algún momento del proceso (de negociación, de mediación, de arbitraje, etc.). Pero ¿qué significa “de alguna forma significativa”? En este capítulo entendemos que un procedimiento puede calificarse de ODR si la tecnología permite que las partes –incluyendo los terceros neutrales– puedan desarrollar el proceso en línea más allá de la fase inicial. Así pues, no hemos calificado como procedimiento de ODR la mera posibilidad de rellenar una solicitud *online* de mediación a un servicio determinado. A partir de aquí, hemos distinguido entre diferentes niveles de sofisticación cuando se trata de proveer el servicio de ODR, en un rango que va desde la utilización de tecnologías básicas hasta la plena automatización de todos los procesos. Lo veremos con más detalle en las secciones siguientes de este capítulo.

## 2.1 ADR vs. ODR

Otra precisión que contribuye a delimitar el ámbito de los ODR actuales es ver qué relación mantiene con los procedimientos de ADR (Alternative Dispute Resolution) que lo preceden y con los que coexiste actualmente. En este sentido, es importante subrayar que el ADR tampoco tiene un desarrollo lineal, ni siquiera en Estados Unidos, que es donde se sitúa el origen y la expansión del movimiento que preconiza el uso de estos métodos tal como los conocemos hoy en día. Así pues, la ya famosa Pound Conference de 1976 se suele citar como el acto fundacional del movimiento ADR en Estados Unidos<sup>1</sup>, pero las décadas precedentes son testigo de iniciativas de origen federal y estatal –legislación, programas, iniciativas, estudios, etc.– y del sector privado que preconizan el uso de la negociación, la mediación y el arbitraje como forma prioritaria de resolver los conflictos<sup>2</sup>. Por ejemplo, Barrett (2004) cita la Arbitration Act de 1888, que instaura el arbitraje voluntario en las disputas labo-

rales del sector de los ferrocarriles, como primera ley de ADR en Estados Unidos. En este sentido, hay que recordar igualmente que el ámbito de los conflictos laborales es uno de los primeros en que se instaura la mediación de forma institucionalizada con la creación, primero, del Federal Conciliation Service (1917) y, después, del Federal Mediation and Conciliation Service (1914); o que la American Arbitration Association (AAA) se funda en 1926 (Barrett, 2004).

La siguiente oleada de iniciativas se produce a lo largo de la convulsa década de los sesenta, con el trasfondo de los disturbios raciales y las luchas por los derechos civiles. En 1964, el Congreso norteamericano aprobó la histórica Civil Rights Act y, a continuación, se creó en este marco el Community Relations Service (1965) para impulsar la conciliación en los conflictos por los derechos civiles. Pero las tensiones del momento se mantenían muy elevadas y, en 1968, un informe de la Comisión Kerner alertó sobre la necesidad de introducir cambios sociales y legislativos frente al empeoramiento de las divisiones que atravesaban la sociedad norteamericana. Así pues, no es casual que la Ford Foundation, entre otras instituciones privadas, empezara a financiar proyectos para aplicar la mediación en conflictos raciales y comunitarios y se crearan, en 1968, el National Center for Dispute Settlement (NCDS) y el Center for Mediation and Conflict Resolution (CMCR) en Washington y Nueva York, respectivamente. Por lo tanto, lo que se produce durante los años setenta es, de hecho, la cristalización de una multitud de iniciativas de origen diverso en un movimiento que, muy claramente, quiere dotarse de identidad y estándares profesionales propios. La fundación de la Society of Professionals in Dispute Resolution (SPIDR) en 1972 y, una década después, de la Academy of Family Mediators (AFM) puede entenderse en esta línea. Las décadas de los ochenta y de los noventa recogen toda esta herencia previa y el ADR se consolidará definitivamente dentro y fuera de las fronteras de Estados Unidos como una alternativa bien definida a la resolución judicial de los conflictos. Por lo tanto, no hay duda de que los ODR nacen y se desarrollan sobre las bases institucionales y la experiencia adquiridas por los ADR desde hace muchas décadas. Los árbitros, conciliadores y mediadores han ido decantando una serie de pautas y prácticas que se trasladan directamente al ámbito *online*. Tal como lo sintetiza Colin Rule:

Las lecciones aprendidas con el ADR a lo largo de los años sobre la importancia de la imparcialidad, sobre cómo conducir a las partes hacia la resolución del conflicto de manera efectiva, sobre la escucha y la transparencia, y sobre los retos de

gestionar el desequilibrio de poderes son aspectos centrales en la práctica de los ODR. En sus manifestaciones iniciales, los procedimientos de ODR eran simplemente procedimientos de ADR conducidos online. Sin embargo, los retos y las capacidades únicas de la práctica de los ODR con el tiempo han puesto de manifiesto claramente algunas posibilidades nuevas para la resolución de conflictos. En este sentido, la capacidad de incorporar tecnología al proceso dota de nuevos poderes tanto a las partes como a los terceros neutrales. A la vez, la falta de interacción cara a cara altera la dinámica de los procedimientos de resolución de conflictos. Y, lo que es más importante, por primera vez la resolución *online* de conflictos no es propiamente una alternativa –los tribunales de justicia no funcionan en muchas situaciones *online*, de modo que a menudo se convierte en el mecanismo por defecto (Rule, 2002: 13).

## 2.2 Tecnologías de apoyo (IT supported), tecnologías de mejora (IT enhanced) y tecnologías habilitadoras (IT enabled) de la mediación

El ADR es, efectivamente, el tronco común que aporta los fundamentos, los principios y la experiencia práctica a los profesionales, procedimientos y servicios de ODR. En este sentido, entre los ADR y los ODR no hay propiamente una línea divisoria, sino que se trata de un *continuum* de usos y aplicaciones tecnológicas. Por eso, nos parece útil distinguir en este contexto entre tecnologías de apoyo (*IT supported*), tecnologías de mejora (*IT enhanced*) y tecnologías habilitadoras (*IT enabled*) de la mediación, ya que de esta forma clarificaremos sus objetivos y también su alcance:

- Tecnologías de apoyo a la mediación (*IT supported*). A menudo la tecnología apoya a la mediación y al resto de procedimientos tradicionales de ADR para que transcurran de forma más eficiente y eficaz. El uso del correo electrónico, del teléfono móvil o de los SMS por parte del mediador para comunicarse con las partes en cualquier fase de un procedimiento de mediación presencial iría en esta dirección. La tecnología existe con anterioridad, no ha sido creada específicamente para la mediación, pero apoya a las partes como herramienta de comunicación o de gestión y puede acelerar el procedimiento en

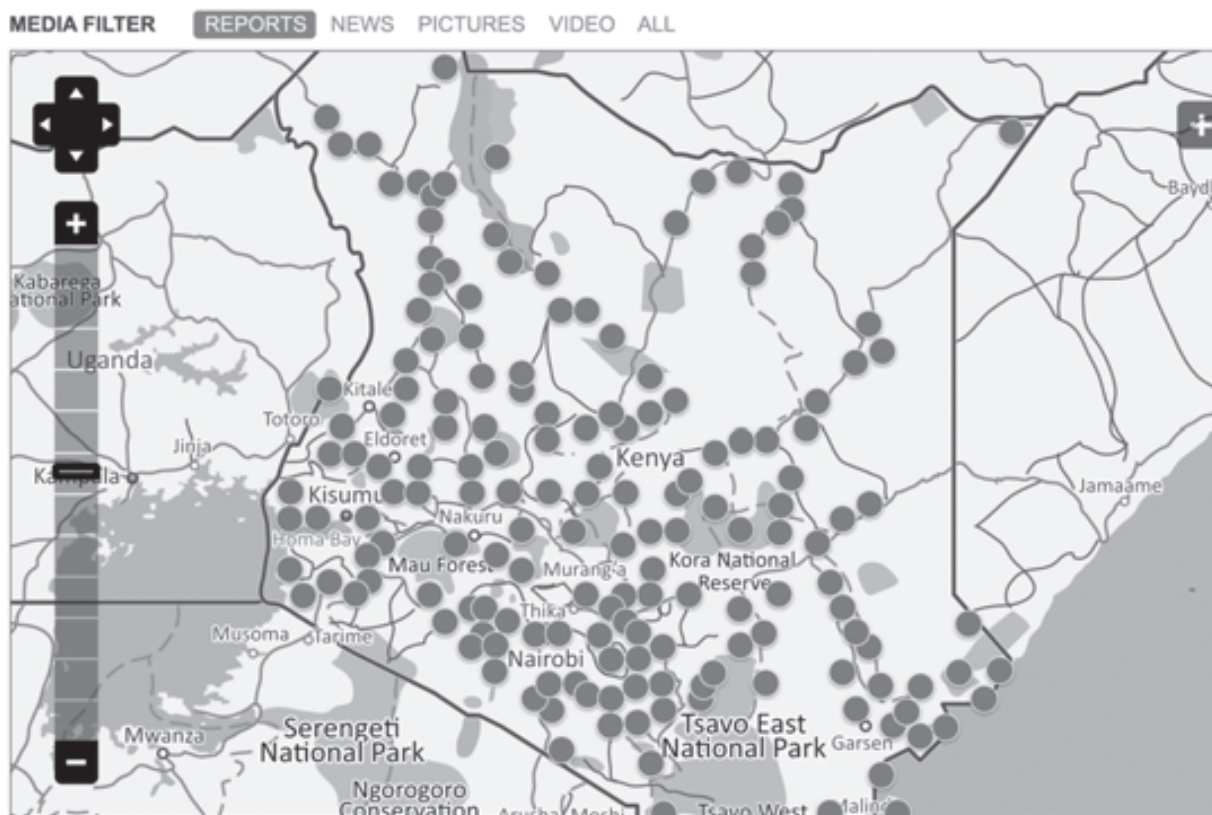


Figura 1. Mapa de localización de incidentes violentos resultado de las elecciones de 2007 en Kenia, elaborado a partir de informes de observadores y otros ciudadanos (Fuente: Ushahidi).

un momento dado. En cualquier caso, este uso no altera el procedimiento en su diseño ni aporta un valor añadido sustantivo. De hecho, la mayoría de servicios de mediación podrían prescindir perfectamente de estas tecnologías y utilizar la centralita de teléfono y el correo postal, por ejemplo.

- Tecnologías de mejora de la mediación (*IT enhanced*). A diferencia del caso anterior, las tecnologías que se utilizan aquí no sólo apoyan a las partes en el desarrollo del procedimiento, sino que añaden elementos nuevos al proceso en la medida que se adaptan a los objetivos y a las necesidades de los mediadores o de las partes en conflicto. Ciertamente, también se trata aquí de tecnologías que existen con anterioridad, pero se hace un uso particular de ellas o se combinan de forma creativa. Un ejemplo de esta línea lo proponen los expertos en mediación comunitaria de este Libro Blanco:

“No sé si es una tecnología muy avanzada o no, pero a veces poder crear visualmente un mapa de

conflictividad, sobre todo en un conflicto público que está teniendo lugar, o de lo que está sucediendo en un momento determinado... creo que visualizarlo es importante dentro del propio proceso de mediación. Que la gente pueda visualizar –vía Power Point o lo que sea –dónde están ubicados, cuál es el conflicto, cuáles son las partes, o tirar de este tipo de recursos sí que podría ser útil<sup>3</sup>...”

Existe todo un dominio emergente en la línea que apunta esta reflexión: los denominados *crisis maps* o *peace maps* son herramientas que combinan tecnologías existentes de uso muy extendido (SMS, Google Maps, Twitter, etc.). Los mapas resultantes se crean a partir de los inputs que ofrecen los mismos ciudadanos a través del correo electrónico, del SMS o de Twitter –con los filtros de contraste y validación de la información pertinentes– y varían en función de la dinámica del conflicto. La proyección visual de un conflicto en un mapa dinámico de crisis añade nuevos elementos al proceso (de negociación, de mediación, etc.) pues permite estructurar y objetivar mejor la información que las partes aportan al proceso.

De forma similar, el uso combinado de páginas web, blogs, wikis y otras herramientas del Web 2.0 permiten que todos los participantes en un proceso de mediación –y especialmente si se trata de procesos multiparte– puedan participar en la elaboración interactiva de argumentos y propuestas que, posteriormente, pueden ser objeto de un repositorio.

- Tecnologías habilitadoras de la mediación (*IT enabled*). Las tecnologías habilitadoras, a diferencia de las que apoyan o mejoran determinados aspectos del procedimiento, son las que estructuran por sí mismas todo el proceso, de forma que sin ellas no se podría realizar. Las tecnologías pueden existir previamente y utilizarse de forma estándar, pueden combinarse o pueden desarrollarse específicamente para estructurar un proceso de mediación, pero en este caso el proceso en sí depende de la tecnología para llevarse a cabo. Los servicios de mediación *online* se sirven de ellas y las aplican a sus plataformas de diferentes formas: formularios web, control automático de los flujos de comunicación, métodos de comunicación síncrona (videoconferencia, voz IP o chat) o asíncrona (correo electrónico o post), algoritmos de cruzamiento de propuestas, etc. Estas plataformas –veremos los ejemplos en la Sección 1.3– serían el caso más acabado de mediación *online* o de servicio de ODR. Así, mientras las tecnologías de apoyo o de mejora acostumbra a digitalizar algunos procesos de mediación offline, las tecnologías habilitadoras crean propiamente una nueva generación de procesos de mediación y de ODR. Unas hacen de la mediación un “inmigrante digital”; las otras arrojan luz a la mediación y a los otros mecanismos de ODR como “nativos digitales”, según los términos aplicados por Prensky a las distintas generaciones de usuarios de Internet (Prensky, 2001).

### 2.3 DSS, NSS y ODR

Las herramientas habilitadoras de la mediación son herederas de una tradición que arranca a principios de los años setenta con los llamados sistemas de apoyo a la toma de decisiones o DSS por sus iniciales inglesas (*decision support systems*). Los DSS dieron paso a los sistemas de apoyo a la negociación (NSS), y éstos a los sistemas ODR.

Los DSS parten del reconocimiento de que las tecnologías de la información que hasta los años setenta se habían utilizado para instrumentar la operación de las

empresas (automatizando la nómina o la gestión de inventario, por ejemplo) también podrían utilizarse para dar apoyo a funciones estratégicas (Keen, 1978; Sprague, 1983). Así se estableció una práctica de diseño de sistemas que aprovechaban los modelos y técnicas cuantitativos de la teoría de las decisiones (como la programación lineal para modelar producción o la regresión estadística para pronósticos de ventas) y la posibilidad de un uso interactivo de éstos para el análisis de escenarios (análisis “*what if*”) o la monitorización de resultados. Los sistemas de esta época fueron muy variopintos, pero pueden distinguirse dos tipos generales. Por un lado, los sistemas que servían para fomentar una decisión particular y que incluso se llegaban a utilizar sólo una vez: por ejemplo, en el momento de negociar las cláusulas de una revisión de contrato colectivo. Por otro lado, los sistemas diseñados para un uso regular de cara a ajustar la toma de decisiones a corto plazo, como la monitorización de precios y demanda para determinar las compras semanales de un supermercado.

Hacia principios de los años ochenta, la aparición de los ordenadores personales, por un lado, y el desarrollo de técnicas de ingeniería de software e inteligencia artificial, por otro lado, hicieron que esta práctica produjera dos importantes resultados. En primer lugar, el desarrollo de herramientas para el apoyo decisional que pudieran utilizarse en cualquier ámbito y para decisiones tanto circunstanciales como recurrentes. Por ejemplo, éste fue el caso de las hojas de cálculo (VisiCalc) y paquetes estadísticos y matemáticos de fácil utilización (IMSL, SPSS, Mathematica). En segundo lugar, los llamados sistemas expertos que sistematizaban los conocimientos de un especialista y después los aplicaban para decidir cómo abordar un problema o situación determinados, por ejemplo en el diagnóstico médico, la gestión de servicios, la prospección minera y el diseño de ingeniería (Holsapple y Whinston, 1996). Esta confluencia de ordenadores y herramientas genéricas hizo accesible la tecnología de los DSS a todo tipo de empresas y al desarrollo subsecuente de prácticas apoyadas en el uso de las TI. Los sistemas expertos dieron lugar al desarrollo de sistemas generalmente muy valiosos –ya que se empleaban para decisiones clave, complejas– porque convertían en sistemático un conocimiento no siempre suficientemente estructurado para ser explotado computacionalmente, y costosos, dado que requerían un gran esfuerzo por parte de especialistas tanto del campo decisional como de sistemas.

Los DSS construidos con estas tecnologías estaban concebidos en general para apoyar las decisiones de un individuo. No obstante, a finales de los años ochenta y

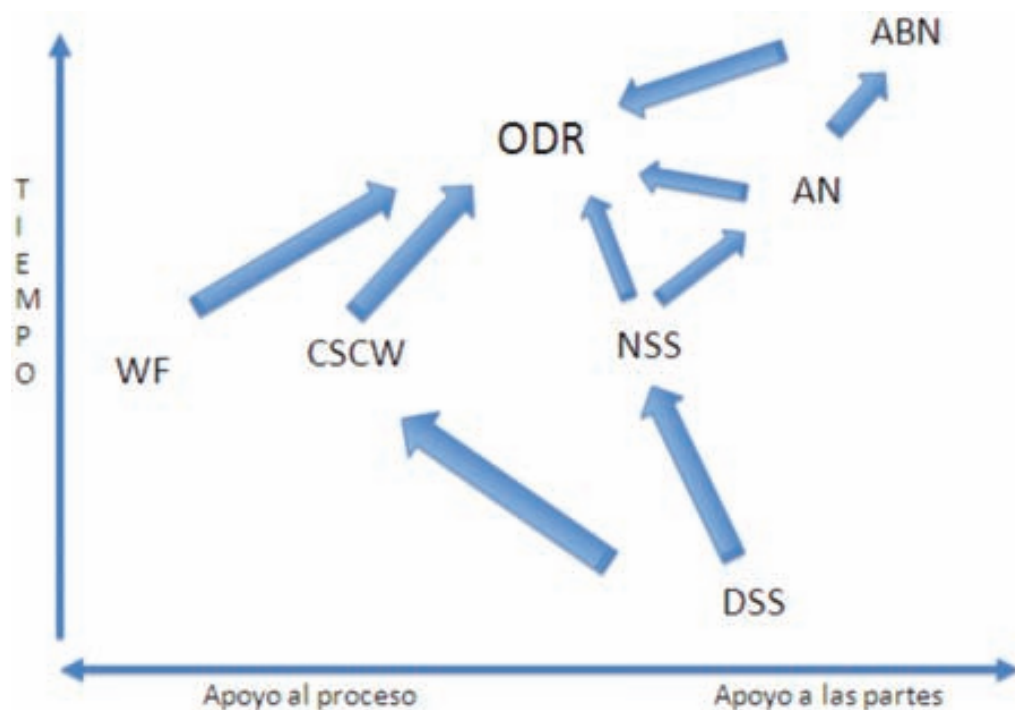


Figura 2. Genealogía de los ODR

principios de los noventa, hubo dos innovaciones tecnológicas más que facilitaron la automatización del apoyo a los procesos de toma de decisiones entre diferentes individuos. Por un lado, la idea de flujo de procesos o *workflow* (WF) y, por otro, la aparición de herramientas para dar apoyo al trabajo cooperativo CSCW (*computer supported cooperative work*): entre las últimas, el correo electrónico, el software de coordinación de proyectos (como Lotus Notes), las redes de datos y, en general, las ideas de intranet (Flores et al., 1988; Wilson, 1991; Poltrock y Grudin, 1999). Ambas contribuciones son la clave para entender los ODR actuales.

Hay otra línea de innovaciones tecnológicas que también es fundamental para los ODR: los sistemas de apoyo a la negociación (NSS para *negotiation support systems*). Los NSS vienen directamente de los DSS, pero se concentran en las decisiones relativas a una negociación (Kersten y Lai, 2007). Así pues, los ODR son, en el sentido estricto, un tipo especial de NSS. De hecho, los NSS apoyan dos tipos de decisiones: las que requieren un proceso de negociación para llegar a ellas (i.e. la firma de un convenio) o las decisiones que alguien tiene que tomar para poder avanzar en un determinado proceso de negociación (i.e. cuánto puede cederse en un determinado punto). De este modo, dentro de los NSS y,

en particular en ODR, se suelen considerar dos tipos de herramientas diferentes: las que dan apoyo al proceso de negociación y las que dan apoyo a las partes que intervienen en el proceso. Para dar apoyo al proceso es apropiado el uso de herramientas de CSCW y *workflow*, mientras que en el apoyo a las partes pueden utilizarse tanto las técnicas matemáticas de decisión como otros componentes de los DSS convencionales incluyendo, por ejemplo, el perfil psicológico de la otra parte, las técnicas de *brainstorming* o los diferentes métodos de agregación de opiniones (List, en prensa).

Un desarrollo importante en los NSS es la posibilidad de hacer negociación automática (AN, para *automated negotiation*). Los sistemas AN son capaces de tomar decisiones por una o más partes negociadoras (Kersten y Lai, 2007). Por ejemplo, el árbitro de PayPal es, de hecho, un algoritmo que determina si se hace efectivo un pago o no, basándose en los datos que un comprador y un vendedor en disputa han aportado cumplimentando unos formularios en la web como veremos más adelante. De forma análoga, Cybersettle utiliza un algoritmo para cruzar ofertas y así garantizar la imparcialidad absoluta hacia las partes<sup>4</sup>. Un desarrollo adicional consiste en utilizar agentes de software para auxiliar o sustituir a las partes durante el proceso. A esto se le llama nego-

ciación apoyada por agentes (ABN, *agent-based negotiation*). En ABN pueden utilizarse agentes para sustituir totalmente a una persona, o para realizar funciones que requieran cierta autonomía o discrecionalidad. Por ejemplo, en bolsa se suelen hacer transacciones en que los operadores que compran y venden son programas, no personas, y estos operadores pueden tomar decisiones mediante herramientas parecidas a los viejos sistemas expertos complejos, pero ahora sus decisiones son totalmente automáticas. Sin lugar a duda, el desarrollo del comercio electrónico espolea enormemente a estas herramientas. Sin embargo, su contribución a los ODR es igualmente significativa.

### 3 Tecnologías de la información para sistemas de apoyo a la mediación

En principio, toda tecnología de la información puede emplearse en el contexto de los sistemas de ODR. En este apartado, sin embargo, nos centraremos en algunas consideraciones referentes a las tecnologías que son clave para los sistemas de apoyo a la mediación aunque haremos referencia a criterios que *mutatis mutandi* afectan a las tecnologías de la información en general cuando se usan para apoyar la mediación.

#### 3.1 Comunicación e interfaces

Respecto a la forma de interactuar entre los participantes del proceso, podemos identificar cuatro tecnologías básicas y que no son necesariamente excluyentes. Hay que distinguir también entre la mediación “concurrente”, que se da cuando diferentes partes interactúan a la vez en línea –comunicación síncrona– y los procesos de mediación en que no se requiera la concurrencia de los participantes, sino que es posible apoyar al proceso de forma asíncrona. Estas tecnologías son:

- Correo electrónico. Por un lado, puede utilizarse para iniciar el proceso, mantenerlo activo y continuo, o para acabarlo. Por otro lado, puede registrar notificaciones que son parte oficial del proceso; por ejemplo, la convocatoria y el subsecuente rechazo o aceptación de la mediación, la documentación de ofertas y contraofertas, acuerdos sobre las re-

glas de procedimiento, acta de acuerdo, etc. Es un mecanismo asíncrono de comunicación.

- Red local. En ocasiones, los participantes utilizan un sistema diseñado expresamente en el que la interacción se realiza a través de ordenadores dedicados al servicio de mediación que, generalmente, se encuentran en el local del proveedor del servicio. Sobre esta red, el sistema puede guiar a los usuarios durante todo el proceso de mediación o darles apoyo para intervenir en fases específicas del proceso.
- Plataformas web. Pueden ser de dos tipos: (i) *abiertas*, en el sentido de que los participantes pueden acudir al sistema remotamente sin condiciones significativas de seguridad, o (ii) *privadas*, en que los clientes web están controlados por el proveedor del servicio y las comunicaciones ocurren dentro de una red privada o intranet. La característica distintiva de estas plataformas es que la interfaz se provee mediante un navegador web y, por eso, se suelen emplear los recursos típicos del mismo: hipervínculos, comunicación mediante formas preestablecidas con campos validados en línea, adaptación a perfiles dinámicos de usuario. También permiten la comunicación síncrona.
- Telepresencia. A veces es posible o deseable tener una interacción entre participantes que sea fluida y menos estructurada que la que permite un sistema basado en interfaces de texto y formularios preestablecidos. Y, sin embargo, el contacto cara a cara también puede resultar muy difícil o no deseado. En estos casos, existe la posibilidad de usar diferentes medios de telepresencia, ya sea como canal preponderante de comunicación o como alternativa adicional. Estos medios abarcan desde el uso de chat o simples teleconferencias vía Skype, hasta teleconferencias en circuitos cerrados de televisión o uso de avatares o personajes sintéticos del tipo Second Life en entornos “inmersivos” (Bogdanovych *et al.*, 2008)

#### 3.2 Almacenamiento de la información

La gestión de la documentación y de los expedientes de los procesos tiene que responder al tipo de información que se informatiza y que se decide almacenar para cada caso de mediación. Es necesario distinguir entre la información que se *genera durante el proceso* y la información que se decide conservar una vez se finaliza, y

entonces habrá que adecuarse al tipo que corresponda. En ambos casos, el sistema puede funcionar a partir de:

- Sistemas de ficheros planos: pueden ser simples registros electrónicos parecidos a los expedientes en papel que se puedan conservar (o entregar a los participantes).
- Bases de datos o ficheros con *metadatos* (es decir, información relativa al caso como el tipo, la duración, el perfil de los participantes, resultado de la mediación...): permiten llevar a cabo algunos procesos automatizados de gestión –más o menos complejos– sobre ficheros; por ejemplo, búsquedas, control de eficiencia, análisis del trabajo de los mediadores...
- Representación formalizada de los expedientes: almacenamiento de la información relativa a cada caso de mediación conforme a una estructura preestablecida, de modo que se pueda realizar un análisis sistemático sofisticado sobre cada expediente.
- Información multimedia: es frecuente que en ciertos ámbitos de la mediación se registren entrevistas y ciertas fases del proceso con medios audiovisuales. Estos registros requieren una buena descripción en metadatos o anotaciones en algún lenguaje de marcaje, y también consideraciones sobre la persistencia y la legibilidad de los registros con el paso del tiempo.

### 3.3 Gestión de expedientes

Es posible almacenar informáticamente la información que proviene de los casos de mediación, así como la que se deriva de los procesos. Evidentemente, la información que se conserva y cómo puede explotarse debe concordar, por un lado, con cómo se entiende la práctica de mediación que se realiza y; por otro lado, con la forma y el alcance de las actividades administrativas, de formación o de investigación asociadas a los procesos de mediación. Los usos más naturales son:

- Documentación de cada caso. Esto es, un expediente electrónico en que se conserva toda la información pertinente –como apoyo operativo o legal– de un caso de mediación. Este expediente puede contener información en formato de texto e información multimedia.
- Gestión. Información derivada de la actividad mediadora y que sirve para controlar, por ejemplo, los

tiempos de cada fase de un proceso, medir la eficiencia o calidad del servicio, preparar perfiles y directorios de mediadores, o extraer datos para el análisis estadístico y la formación de mediadores.

- Investigación y formación. Los procesos de mediación pueden aportar elementos muy valiosos para estudios de psicología o sociología y, en principio, este uso ulterior puede ser anticipado y atendido mediante un diseño adecuado de cómo se recoge y se conserva la información de los casos. Además, hay que considerar cuidadosamente qué información se tiene que recoger de cada caso y diseñar la mejor forma de registrarla si se prevé iniciar o dar apoyo a proyectos de formación de mediadores, de análisis de la experiencia obtenida o, en general, de llevar a cabo investigación que sirva para mejorar o diseñar nuevos procesos de mediación, para identificar necesidades diferenciales y para detectar la evolución de los tipos de conflictos que se atienden.
- Aprendizaje automático. Es conveniente hacer una representación formalizada de los casos cuando se tiene por objetivo explotar la experiencia derivada de la mediación para mejorar el servicio, en particular, para sistematizar la experiencia y facilitar el diagnóstico del conflicto y proponer líneas de intervención. Esta representación formalizada es imprescindible si se prevé realizar un análisis automático de los casos y, en general, aprendizaje automático a partir de la experiencia. Este aprendizaje se encuentra dentro de las actuales capacidades tecnológicas –por ejemplo, utilizando el “razonamiento basado en casos”–, pero aún no se ve en sistemas de uso real.

### 3.4 Criterios tecnológicos generales de diseño

Aunque los sistemas de apoyo a la mediación tengan que cumplir criterios de diseño parecidos a los otros sistemas de información, hay que señalar algunas peculiaridades:

- Eficacia. El sistema tiene que facilitar que la mediación llegue a buen puerto y lo que se decida automatizar tiene que quedar bien implementado.
- Economía. El diseño del sistema tiene que automatizar con exactitud lo que se pretenda automatizar, y esto tiene que ser lo que corresponda con las mejores prácticas que se decidan apoyar informáticamente. Para conseguir esta correspondencia,

hay que diseñar la apropiada implementación de las siguientes funciones:

- gestionar adecuadamente los procesos de mediación,
  - dar apoyo a las decisiones de las partes y de los mediadores,
  - administrar casos,
  - administrar a los mediadores,
  - dar apoyo a la supervisión de los casos de mediación, y
  - poner los fundamentos para estudios posteriores y para mejorar los servicios.
- No se tiene que informatizar ni lo que no es útil ni lo que una vez automatizado, se convierta en un obstáculo o en algo que no sea práctico. Tampoco hay que complicar las cosas que puedan ser simples, ni deben trivializarse los problemas de coordinación, seguridad y eficacia de un sistema de apoyo a la mediación. Hay que reconocer, no obstante, los beneficios de los sistemas informáticos cuando se trata de establecer una forma de hacer las cosas.
  - Fiabilidad. En el contexto de la mediación, además de la garantía de *fidelidad* del sistema respecto al diseño (el sistema siempre hace exactamente lo que se supone que tiene que hacer, ni más ni menos), son importantes, por un lado, la *invulnerabilidad* frente ataques externos y, por el otro, la *robustez* frente errores operativos o errores humanos.
  - Privacidad. Hay que adoptar medidas para garantizar los niveles de confidencialidad, anonimato y privacidad adecuados, distinguiendo las características específicas del origen y el destino de esta información. En particular, hay que tomar medidas tanto en lo que se refiere a la información que se intercambie en cualquier momento del proceso, como a la que se comunique a cualquier entidad ajena al proceso, la que se almacene y la que, ya almacenada, se permita utilizar con finalidades vinculadas al análisis estadístico o a la investigación. Las técnicas disponibles van desde la encriptación de mensajes y ficheros hasta el anonimato estadístico de las bases de casos que no sean confidenciales.
  - Compatibilidad. El sistema tiene que ser coherente con la cultura tecnológica de los usuarios y tiene

que permitir la interoperabilidad necesaria con la infraestructura tecnológica del proveedor del servicio de mediación.

### 3.5 Criterios de diseño para sistemas de apoyo a la mediación

- Especialización. No todos los conflictos o casos de mediación son del mismo tipo, y cómo se atiende un mismo tipo de conflicto puede ser muy diferente de una instancia a otra. El uso de las tecnologías de la información tiene que ser muy sensible a estas diferencias y, cuando se eligen tecnologías concretas o se diseñan sistemas o herramientas informáticas, es muy importante adecuarlas a la complejidad del conflicto, a la variabilidad entre conflictos, a los diferentes niveles de cultura tecnológica y a las prácticas de mediación de la entidad mediadora y de los usuarios.
- Distinción entre el apoyo al proceso y el apoyo a las partes. Una apreciación clave en los sistemas de apoyo a la mediación (que ya habíamos señalado respecto a los sistemas de apoyo a la decisión) es la diferencia que existe entre las herramientas que sirven para apoyar el proceso de mediación, y las herramientas que apoyan a los participantes de un proceso.

Respecto al apoyo al proceso, hay tres valores fundamentales a garantizar:

1. Previsibilidad del proceso. Los participantes en el proceso tienen que poder anticipar las acciones que, tanto ellos como los otros participantes, pueden llevar a cabo en cada momento para focalizar sus esfuerzos en la valoración de las opciones, más que en la forma cómo se presenten.
2. Neutralidad del proceso. El sistema tiene que dar garantías a las partes de un tratamiento equitativo (no se actúa a favor de una de las partes y en contra de la otra), uniforme (siempre y en todos los casos se siguen las mismas reglas de procedimiento) y persistente (que durante el procedimiento de mediación no se pierda ningún tipo de información y las reglas no se cambien de forma arbitraria e inesperada).
3. Transparencia y opacidad del proceso. El principio básico es que el sistema no tiene



que revelar a nadie lo que no sea necesario y no se haya acordado revelar; por eso, el sistema deberá dar acceso a los participantes a la información que les sea relevante y que se haya acordado que deben conocer, pero no a más. Adicionalmente, y a no ser que se decida lo contrario, hay que diseñar el sistema con la capacidad de conservar para cada caso la información necesaria para que una autoridad, ajena al proceso, pueda determinar si el procedimiento de mediación se llevó a cabo conforme a lo que se estableció.

Para sostener técnicamente estos valores, el sistema deberá ser capaz de implementar dos tipos de convenciones:

- Reglas constitutivas, que determinan (i) las atribuciones y responsabilidades de los participantes según los roles que lleven a cabo en el proceso (mediador, árbitro, querellante...), (ii) cómo se adquieren y se comprueban estas facultades y, si fuera el caso, (iii) las reglas que delimitan cómo pueden cambiarse las reglas constitutivas y las de procedimiento<sup>6</sup>.
- Reglas de procedimiento, que definen las fases en que se organiza una mediación: (i) cómo se inicia y cómo se termina un caso, (ii) cómo se decide qué “itinerario” o secuencia de actividades pueden o podrán realizarse durante el proceso, (iii) qué condiciones determinan el avance en esta secuencia de actividades, (iv) qué actos tiene la obligación y el deber cada participante de llevar a cabo en cada una de estas actividades, y (v) cuáles son las condiciones para actuar y cuáles las consecuencias de los actos de un participante en el sí de un proceso de mediación<sup>7</sup>.

Para hacer explícitas tales reglas, el sistema deberá usar un *lenguaje preciso* de modo que el diseñador codifique las reglas –que se implementan dentro del sistema computacional– y los participantes las puedan conocer e interpretar para poder interactuar a través del sistema. Con este fin, se suele establecer una terminología que se usará para escribir las reglas y luego combinarla por medio de expresiones más o menos formalizadas.

Podemos ser un poco más específicos. Para escribir las reglas, puede organizarse el proceso de mediación como un conjunto de “escenas” o actividades, cada una de ellas descrita como un protocolo de interacción. El flujo entre escenas se ciñe a unas “reglas de transición” que determinan bajo qué condiciones qué participantes tienen derecho a pasar de una actividad concreta a otra,

mientras que los protocolos pueden expresarse como un conjunto de normas (reglas que establecen obligaciones y prohibiciones de acción para un agente, cuando se cumplan ciertas condiciones) o como una máquina de estados finitos donde los arcos son acciones sujetas a precondiciones y postcondiciones<sup>8</sup>.

Para establecer la ontología, conviene construir dos ontologías complementarias, una que puede ser utilizada en cualquier proceso de mediación y otra que es específica a cada ámbito de mediación. Por ejemplo, en la primera debe precisarse la noción de “oferta”, “contraoferta”, “mediador”, “árbitro”, “aceptar”, “acuerdo” o “dictamen”. La segunda ontología recogería los términos que se refieren a lo que es propio de un determinado ámbito y puede no serlo de otros; por ejemplo, en el ámbito de mediación familiar deberán recogerse términos relativos a las relaciones de parentesco como “tutela”, “custodia” o “estipendio”, términos propios de la mediación familiar que aparecerán en las ofertas de los cónyuges o en los dictámenes de un árbitro.

Todo esto puede abordarse con diferentes metodologías y herramientas. El anexo de este capítulo describe un prototipo de sistema de apoyo a la mediación en el que estos aspectos se ejemplifican con cierto nivel de detalle. Con respecto a la formulación de las reglas, pueden aprovecharse ideas de los llamados “flujos de procesos” (*workflows*) y de regulación de “sistemas multiagente” (*normative multiagent systems*). Una alternativa práctica son las “instituciones electrónicas” en las que se basa el prototipo LLB del Anexo (ver Sierra *et al.* 2004, Noriega 2007) y, para lidiar con la terminología, puede recurrirse a las probadas técnicas y herramientas de creación y uso de “ontologías” afines a las ideas de la web semántica (ver por ejemplo Poblet *et al.*, 2009b y Antoniou y van Harmelen, 2008)

Respecto al apoyo a las partes, y siguiendo la tradición de los sistemas de apoyo a las decisiones en general, es natural dotar a los sistemas de apoyo a la mediación de funcionalidades que contribuyan al mejor *desempeño de los individuos* participantes, es decir, funcionalidades que les ayuden a decidir qué hacer en algunas partes del proceso de mediación. En este caso, las modalidades de apoyo son muy diversas y, consiguientemente, una discusión profunda y sistemática es difícil. Por ello nos limitaremos a unos breves comentarios que den pie al lector para abstraer consideraciones más generales.

- Formulación de las posiciones. Al inicio del proceso, las partes deben precisar los términos del conflicto que se debe resolver, y si hubiere un facilitador, éste podrá o deberá intervenir en ese proceso. En unos

tipos de conflicto como, por ejemplo, en el ámbito de consumo, podemos encontrar disputas que se deriven de una compra en eBay, una reclamación de la garantía de un electrodoméstico o una queja por pérdida de equipaje. La variabilidad entre casos es relativamente poca y puede diseñarse un formulario que recoja todos los elementos atinentes al conflicto. En otros casos, como un divorcio o un conflicto comunitario por la utilización de espacio público como sitio de culto, la formulación de las posiciones a mediar puede requerir un esfuerzo considerable en el que la ayuda de facilitadores y diversas técnicas de análisis de decisiones resulten inevitables. La experiencia ha encontrado algunas prácticas sumamente eficaces para llegar a esa formulación y algunas de ellas pueden incorporarse en un sistema de apoyo a la mediación.

Por ejemplo, en conflictos con múltiples puntos a negociar, puede facilitarse la formulación de lo que los economistas suelen denominar una “función de utilidad”, que permite a cada una de las partes ordenar sus preferencias y hacerlas comparables. De ese modo puede determinarse (cuantitativamente) cuándo una oferta es mejor que otra y, por lo tanto, que cada uno muestre su propia posición de manera clara e inteligible para la contraparte. Otra práctica consagrada en la negociación de un tratado internacional o un contrato colectivo es la redacción de un “texto con corchetes”. En esta modalidad, una parte hace una primera propuesta de documento a firmar y, sobre esa versión, la contraparte marca “entre corchetes” frases con las que disiente y sus propias propuestas de redacción. Con estas anotaciones se define un nuevo documento a pulir, pero en el que lo único a modificar es lo que está entre corchetes. La informatización de estos mecanismos de formulación de posiciones no es difícil. Los formularios se convierten en formas electrónicas en las que las partes tienen que llenar unos campos predeterminados. El manejo de texto con corchetes puede tratarse como un wiki de manera sumamente práctica, pues se conservan todas las versiones previas, cada parte puede hacer una comparación exacta entre versiones, el trabajo de corrección puede limitarse a párrafos o a secciones, etc.

El caso de las funciones de utilidad es más elaborado. Las posiciones pueden presentarse como listas de asuntos a negociar y para cada asunto una propuesta (“valor”) concreta y la función de utilidad se calcula como una combinación de todos

esos valores. El procedimiento es el siguiente: las partes proponen su propia lista de asuntos en privado a un facilitador que las reformula, enriquece y propone a ambas partes hasta que, repitiendo el proceso, se llega a una lista de asuntos a negociar que es aceptable para ambos lados. Una vez definida la lista de asuntos, cada parte tendrá que precisar algunos parámetros que permitan calcular la función de utilidad. Lo que se requiere en realidad es conseguir unos parámetros con los que el sistema pueda convertir las diferentes alternativas que pudieran darse de cada asunto en un valor numérico que “normalice” el valor de cada asunto y calcule la “utilidad” de cada oferta. El sistema apoyaría a las partes proponiendo, por ejemplo, (i) un diferencial semántico para cada asunto (con lo que el usuario puede comparar dos ofertas de un mismo asunto entre sí) y (ii) una matriz para ponderar la importancia relativa de los asuntos dos a dos. Con ello, el sistema podría calcular para cada oferta completa (que incluya valores para todos los asuntos) un número que corresponde con el valor agregado de esa oferta y que será más alto cuando la oferta sea mejor para esa parte; o sea, el sistema calcula la función de utilidad de cada parte. La parte, aprovechando esta función, puede jugar con distintas combinaciones de valores y entonces escoger la posición que le convenga más tomar en cada paso de la negociación.

- Selección de ofertas. El diseño de los protocolos de negociación o mediación tiene como objetivo facilitar el intercambio de información entre los participantes o la combinación de posiciones de manera que se pueda convergir a un acuerdo más fácilmente. Según las circunstancias unos protocolos son más prácticos que otros y pueden inclusive automatizarse al grado de substituir al facilitador en muchas ocasiones. Por ejemplo, el sistema *PayPal* realiza la función de mediador entre las partes facilitando el intercambio de información entre éstas (usando lo que cada parte le proporciona a través de formularios cerrados) y presenta formularios para expresar ofertas y su aceptación o rechazo. Si no se logra un acuerdo entre las partes, el propio sistema arbitra.

En compensaciones económicas, el protocolo del sistema *Cybersettle*<sup>9</sup> estipula que el deudor haga hasta tres ofertas (que el sistema siempre mantiene privadas) ordenadas de forma ascendente y que corresponden a lo máximo que esté dispuesto a ofrecer en cada ronda de negociación. El sistema informático le solicita entonces al acreedor sus de-

mandas una por una (ordenadas de forma ascendente y también de forma privada); si la primera demanda es compatible con la primera oferta, el sistema fija el pago en el punto medio entre los dos valores (las contrapartes nunca conocen los valores). Si no, se repite el proceso por cada oferta del deudor. Si al final de las rondas no se ha llegado a un acuerdo, hay varias opciones: (i) el acreedor puede reiniciar el proceso haciendo hasta tres demandas, (ii) cualquiera de las partes puede también solicitar la intervención de un facilitador (humano), o (iii) dar por terminado el proceso de mediación a través de *Cybersettle*.

En el caso de las funciones de utilidad comentadas arriba, el sistema puede ser de gran ayuda al facilitador. Como en ese ejemplo, cada parte tiene su propia función de utilidad y ésta le es desconocida a la otra parte. No obstante, el sistema conoce ambas, puede comparar las ofertas y determinar si una contraoferta mejora una oferta y, en principio, inclusive calcular la oferta que optimice las preferencias de las dos partes. De esta manera el sistema puede apoyar también al facilitador, indicando si una oferta mejora una oferta anterior, para que éste guíe a las partes hacia un acuerdo de mutuo agrado. El sistema puede inclusive substituir totalmente la parte orientativa del facilitador calculando, a partir de una oferta de cada parte, una oferta que mejore las anteriores y le garantice a cada uno la máxima utilidad equitativa (ver una descripción detallada de estas ideas en Thiessen 1993 y su implementación comercial *Smartsettle*).

- Representación del conflicto. Una manera sumamente valiosa para apoyar a los participantes en mediaciones complejas (familiares, comunitarias, de salud) consiste en orientar la atención de éstos hacia los aspectos que pueden ser más pertinentes para llegar a un acuerdo. Hay al menos tres tipos de ayuda que pueden apoyarse computacionalmente. El primero consiste en facilitar la tipificación del conflicto. El caso más sencillo y más obvio es el usado en *PayPal*, que consiste en diseñar formatos o cuestionarios que (como se señaló antes) recojan las posiciones de las partes de manera sintética y estandarizada. El sistema presenta un primer cuestionario en el que la parte ubica su caso en una tipología predefinida y, conforme se avanza en el intercambio de información, van apareciendo cuestionarios distintos y más especializados que acaban recogiendo toda la información que suele bastar para resolver los conflictos que recibe. Otro tipo similar ayuda,

pero para conflictos menos estructurados, consiste en hacer una clasificación del caso dentro de una tipología que recoja un abanico amplio de tipos de conflicto y, para cada tipo de conflicto, se hace una valoración de las características del caso respecto a unas “dimensiones” que son propias de cada tipo (Redorta 2007). Incluso cuando la clasificación del caso no se haga automáticamente, la pura representación visual de sus características puede ser de gran ayuda para el mediador. El segundo tipo de apoyo consiste en dar al mediador (o, en ocasiones, a las partes) líneas de intervención que se determinen a partir de la clasificación del caso y de la experiencia acumulada. Finalmente, debemos mencionar que es posible utilizar cuestionarios y métodos de psicología industrial para generar perfiles psicológicos de las partes, de manera que un mediador pueda orientar sus interacciones con cada parte en la dirección que mejor convenga a cada parte en las diferentes situaciones del proceso de mediación.

Algunas de estas ideas se recogen en el prototipo LLB descrito en el Anexo de este capítulo.

## 4 Procedimientos y servicios de ODR

Los mecanismos de ADR pueden categorizarse a partir de múltiples variantes. Tradicionalmente, se ha distinguido entre los mecanismos típicos, como la negociación, la mediación, la conciliación y el arbitraje; y los mecanismos híbridos, surgidos de la yuxtaposición de algunas de las características de varios de estos mecanismos típicos, entre otros, el *med-arb* o el *arb-med* (Paz Lloveras, 2002).

En ocasiones, los procedimientos se definen en función de si las partes intentan resolver el conflicto por ellas mismas o son asistidas por un tercero independiente (procedimientos *binarios* y *terciarios* respectivamente) (Casanovas, 2008) o a partir de la diferenciación entre procedimientos *autocompositivos* y *heterocompositivos*, según si la solución al conflicto viene dada por las mismas partes –como la mediación o la conciliación– o a partir de la resolución de un tercero independiente que la impone con carácter vinculante –como el arbitraje– (Blanco, 2005). Por otro lado, la actividad del tercero también se toma en consideración para diferenciar aquellos procedimientos consensuales, en los que el tercero imparcial ayuda a las partes a encontrar la so-

lución al conflicto, que las partes mismas toman de común acuerdo; de aquellos procedimientos *adjudicativos* en los que el tercero imparcial impone la solución a las partes (Kaufmann-Kohler, 2004). En este sentido, la Comisión Europea diferencia en el ámbito del consumo aquellos órganos que actúan como *terceros activos*, esto es, que imponen una solución formal, vinculante o no al conflicto<sup>10</sup> y aquellos órganos que actúan como *terceros pasivos*, en que el tercero asiste a las partes para conseguir una solución pero sin imponer una resolución formal para las partes<sup>11</sup>.

Desde otra vertiente, los procesos de ADR pueden ser facilitativos, consultivos o determinativos (CEN, 2009: 16). Así, en aquellos procesos en que las partes reciben asistencia para alcanzar un acuerdo sin que haya recomendación ni imposición, hablamos de procesos facilitadores (la mediación). En los procesos consultivos, el tercero imparcial suele sugerir una vía de solución al caso, sin imponer su visión a las partes. Consideramos procesos consultivos la fase recomendadora de ciertos procesos de ADR/ODR de fases sucesivas<sup>12</sup>, los procedimientos de evaluación<sup>13</sup>, los procedimientos de arbitraje no vinculante<sup>14</sup> o cualquier proceso que, aún teniendo otra denominación, cumpla estas funciones<sup>15</sup> (Suquet, 2010a: 61). Finalmente, en los procesos determinativos, el tercero imparcial evalúa la disputa y dicta una resolución formal a la cuestión que es vinculante para las partes (arbitraje).

Dentro de este marco categorizador general, la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación a los procesos de ADR ha provocado el surgimiento de procesos *sui generis* de ODR, cuyas principales características emanan precisamente del elemento tecnológico. Esto es así en la negociación asistida y la negociación automática. Pero además, últimamente se han desarrollado sistemas paralelos a los ODR, los cuales, mediante alguna de las características de la Web 2.0, buscan prevenir más que no resolver las disputas. Partiendo de la interacción y la autorregulación entre usuarios de una comunidad, estos sistemas tienden a omitir la intervención de un tercero neutral, por eso, determinados autores establecen una nueva distinción entre estos últimos procesos que previenen el conflicto – denominados *soft ODR*– de los procesos de ODR *hard* o duros, o procesos que intentan resolver directamente los conflictos (Edwards, 2007). Un ejemplo paradigmático son los sistemas de feedback o reputación en webs de C2C que han tenido mucho éxito y en los que la información suministrada por los usuarios puede ser relevante a la hora de realizar una transacción económica para otros usuarios (Suquet, 2010b)<sup>16</sup>. En otros ámbitos, se han ideado sistemas de garantía y depósito del pago efectua-

do online que pueden dar más seguridad al comprador cuando se trate de efectuar sus pagos<sup>17</sup>.

## 4.1 Los procedimientos de ODR

Con carácter introductorio, debemos mencionar la categorización de algunos mecanismos de resolución de controversias dentro del campo de los ODR. Por un lado, es conocida la discusión sobre si los tribunales virtuales (también denominados *cybercourts*) forman parte de los ADR/ODR, ya que precisamente no son sistemas alternativos a la justicia. Es cierto que experiencias actuales o futuras de tribunales estatales que realizan alguna o todas sus actividades online pueden beneficiarse de las experiencias que se están desarrollando en el uso de la tecnología aplicada a los ODR, por lo que cierta literatura incluye a los *cybercourts* dentro del campo de los ODR (Kaufmann-Kohler, 2004; Rabinovitch, 2008). No obstante, los procesos desarrollados en el seno de la justicia estatal presentan una problemática específica derivada del sometimiento a los principios del proceso, hecho que sugiere, de momento, un tratamiento separado de la mayoría de los ODR.

Por otro lado, hay que precisar que dentro de este capítulo haremos referencia a los sistemas de tratamiento de quejas (*complaints handling*) proporcionados por entidades independientes sólo si ofrecen además servicios propios de ADR. Por lo tanto, no se incluyen sistemas de mero tratamiento o gestión de quejas dado que, aparte de quedar fuera del presente ámbito de estudio, hay multitud de sistemas de gestión de quejas que en la práctica adoptan de algún modo algún elemento tecnológico<sup>18</sup>.

## 4.2 La negociación asistida

Como en cualquier negociación típica, en la *negociación asistida* las partes también negocian su disputa entre ellas sin la intervención de un tercero neutral. Sin embargo, en este caso las partes cuentan con la presencia de un elemento tecnológico que las asiste, básicamente a través de dos funcionalidades: en primer lugar, a través de un sistema de filtraje de la controversia que, a través de una serie de formularios online con unos campos determinados, va redirigiendo la controversia para determinar el problema específico desde lo general y cualificar específicamente la controversia. Por ejemplo, en eBay el sistema filtra las controversias a partir de preguntas y respuestas del tipo “*qué debes hacer cuando no recibes un artículo o es muy diferente al de su descripción*” o “*qué tienes que hacer cuando un compra-*



Figura 3. Centro de Resolución de Conflictos de eBay.

*dor no paga (trámites para artículos no pagados)*” para que la controversia sea más resoluble. El filtraje de la controversia también se halla en sistemas de apoyo a la negociación y a la mediación basados en la teoría de juegos. En sistemas como Family Winner o Asset Divider, el software atribuye los bienes en conflicto a partir de la jerarquía de intereses que cada parte debe cuantificar con un número de 0 a 100. Así se fuerza a las partes a jerarquizar sus intereses de modo que el conflicto toma una vía de solución.

En segundo lugar, en determinados casos la asistencia proviene de la disposición para utilizar herramientas de comunicación diversas, como los e-mails, la videoconferencia o la audioconferencia. También en eBay, el sistema ofrece al reclamante la opción de consultar la información del seguimiento de la compra efectuada, así como contactar con la otra parte a través del correo electrónico o solicitar la información de contacto para ponerse de acuerdo telefónicamente.

### 4.3 La negociación automática

La *negociación automática* o *ciega* es el mecanismo en que cada parte licita su controversia económica sin

conocer la cantidad ofrecida por la otra parte, y el programa informático es el que a partir de las cantidades ofrecidas y a través de una serie de algoritmos acaba imponiendo una cantidad media que resuelve la controversia. En efecto, después de pactar el sometimiento al sistema informático, las partes pactan un margen económico en que el software tiene permiso para resolver la controversia. En algunos ejemplos que encontramos en el mercado, como por ejemplo en Cybersettle, las partes disponen de diferentes rondas de negociación. Si la parte A ofrece 13.000 como primera oferta (tal como muestra la Figura 4), la parte B solicita 14.000 y las partes han establecido previamente un margen de 1.000, entonces el sistema informático resuelve la controversia dividiendo el margen y restándolo por partes iguales a cada una de las partes en disputa: A tendrá que pagar 12.500 y B tendrá que recibir 13.500.

La negociación automática es especialmente acertada para reclamaciones monetarias como se ve en algunos supuestos de aplicación en el sector de los seguros o de las reclamaciones monetarias de ciertos ayuntamientos de envergadura<sup>19</sup>. No es aplicable en reclamaciones en que hay otros elementos susceptibles de valoración en la disputa.



Figura 4. Entrada de ofertas de transacción al sistema de negociación automática de Cybersettle.

#### 4.4 La mediación

La *mediación* es un procedimiento estructurado y confidencial en que dos o más partes en conflicto solicitan voluntariamente la participación de un tercero neutral para que les asista en la consecución de un acuerdo al que tendrán que llegar de común acuerdo, sin que el mediador pueda proponer ni imponer ninguna solución<sup>20</sup>. En este caso, el tercero neutral se comunica con cada parte, en ocasiones a través de reuniones privadas (*caucus*) o en sesiones conjuntas (denominadas *joint sessions*). Gracias al elemento tecnológico, estos actos de comunicación pueden realizarse a través de una serie de medios que van desde los correos electrónicos o pizarras electrónicas (comunicación asincrónica) hasta videoconferencias o servicios de telefonía por IP (comunicación síncrona).

Hay que diferenciar las entidades que ofrecen servicios de mediación online de las que ofrecen a terceros el uso y disposición de su software y su plataforma online, actividades que a veces no se dan conjuntamente en un mismo proveedor. En estos últimos supuestos, el modelo de negocio determina de qué forma se permite el uso de la plataforma *online*. Así, algunos servicios disponibles en el mercado proporcionan la asistencia de una plataforma *online* que puede ser licenciada a entidades administradoras de disputas o a terceros neutrales<sup>21</sup>. En estos casos, todos los actos del proceso de mediación

se realizan *online* y cuentan con funcionalidades que permiten desde interponer la reclamación o la contestación a ésta a través de un formulario *online* hasta un foro de discusión para los actos de comunicación entre mediador y las partes, o el posible uso de los servicios de videoconferencia. En los casos más paradigmáticos, la propia plataforma puede diseñarse para que disponga de la configuración y marca del licenciario; así la entidad licenciataria dispone de una plataforma de mediación que se ajusta a la vez a las necesidades funcionales y de imagen<sup>22</sup>. En otros servicios, las entidades ofrecen el uso de salas virtuales para poder realizar un proceso de mediación *online* previo pago correspondiente<sup>23</sup>. Estas salas virtuales disponen, además, de un conjunto de herramientas de comunicación como los *chats* públicos o privados, pizarras electrónicas, videoconferencias o telefonía IP, entre otros, para el uso tanto de las partes como del mediador.

#### 4.5 El arbitraje

El *arbitraje* es un proceso en que dos o más personas en conflicto pactan en un convenio arbitral someter el asunto a un tercero imparcial y neutral para que adopte una decisión final sobre la controversia. Esta decisión es plenamente vinculante para las partes (Moore, 1996: 32) y además tiene los mismos efectos que una sentencia judicial, esto es, los efectos

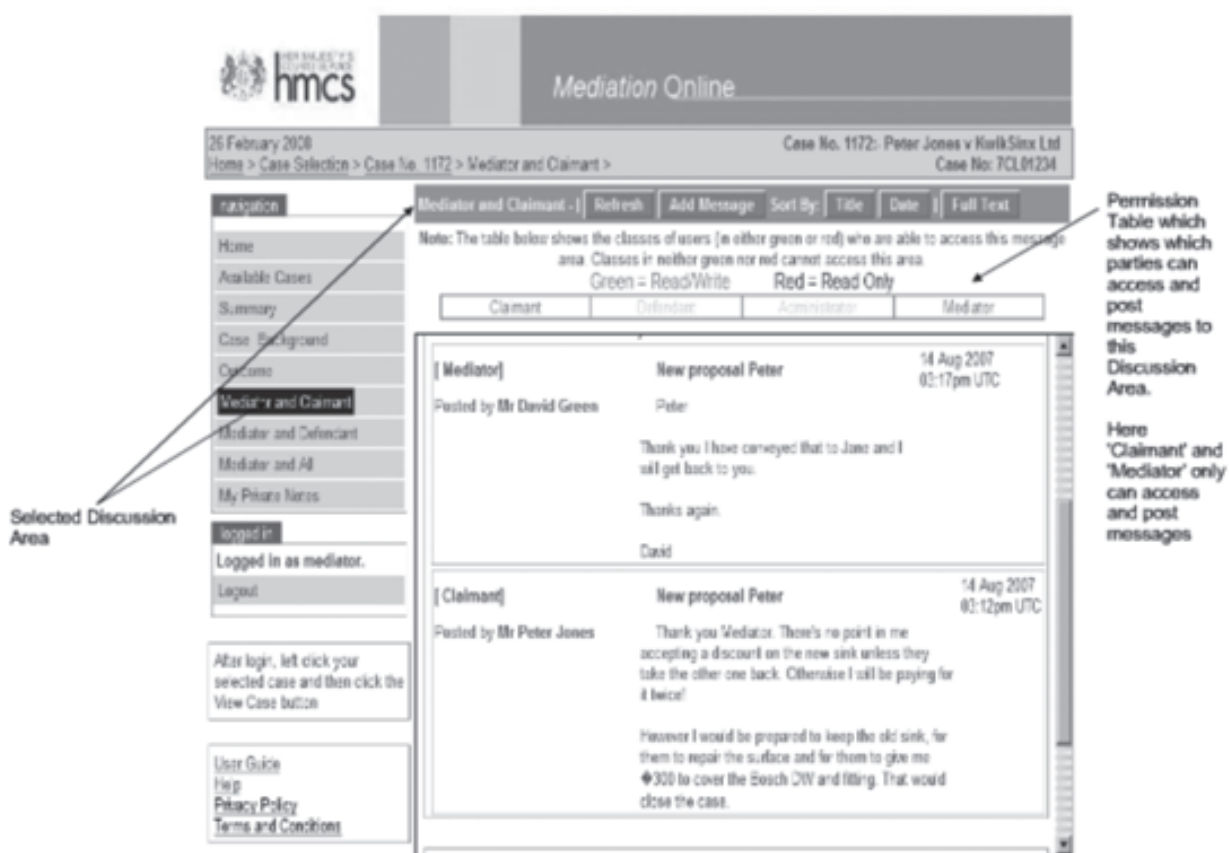


Figura 5. Plataforma de mediación online de The Mediation Room licenciada al Ministerio de Justicia del Reino Unido.

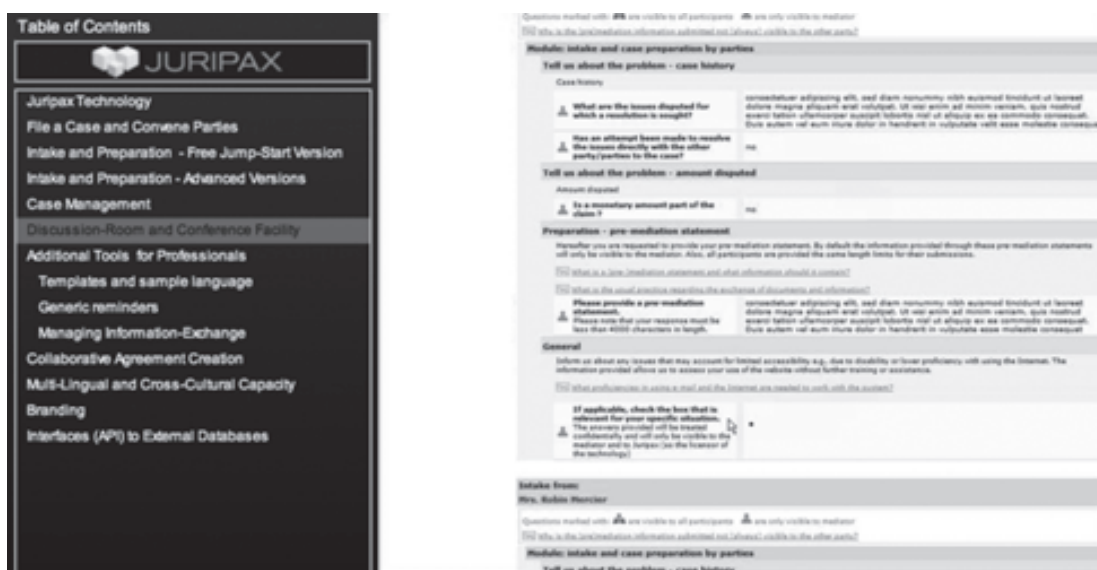


Figura 6. Plataforma de mediación online de Juripax.

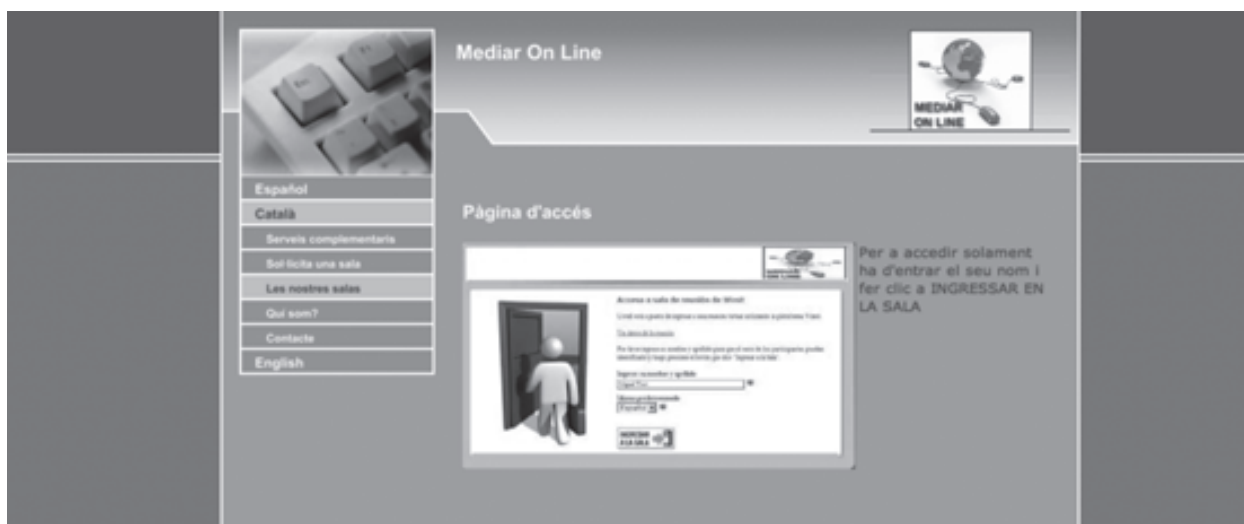


Figura 7. Sala virtual en www.mediaronline.com

de cosa juzgada<sup>24</sup>. En la medida que tiene por objeto sustituir a una decisión judicial, se considera que el arbitraje es un método *cuasi jurisdiccional* de resolución de controversias, razón por la que tradicionalmente se ha englobado fuera de los ADR en Europa (Libro Verde, 2002)<sup>25</sup>. Sin embargo, en el campo de los ODR, el arbitraje virtual se suele considerar como

un mecanismo más de resolución alternativa de controversias. De hecho, este tipo de ODR fue el primero que en los últimos años de la década de 1990 se empezó a ofrecer en la red así como el primero del que se ocupó la doctrina y ciertas instituciones cercanas (Suquet, 2010a)<sup>26</sup>.

### 1. Case Overview

The Case Overview page provides at-a-glance basic information about the WIPO case, principally case status (e.g. pending or terminated), type of dispute clause / submission agreement, governing law and place of arbitration (where applicable), and upcoming action in the case.

2004A1		Licensing Ltd. v. AB Technics Inc.	
Case Overview	Contact Information	Time Tracking	Docket Listing
Finance Overview	Message Board		
<b>Case Overview</b>			
Type of Procedure	Arbitration		
Case Status	Pending		
Case Outcome			
Case Manager	Tom Jones		
Neutral(s)	Mark Smith		
Clause/Submission Agreement	Non-exclusive Patent License Date: May 2000 Type: WIPO Arbitration Clause		

Figura 8. Sistema ECAF de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.



El árbitro dispone de la autoridad para que lo que dicte sea ejecutado por los poderes del Estado. Por ello, el arbitraje es un método de resolución de disputas adjudicador o determinativo en que, a diferencia de la mediación, las partes necesitan persuadir al árbitro con todos los argumentos pertinentes y las pruebas perceptivas. Por esta razón, la tecnología aplicada al arbitraje (arbitraje más o menos virtual) tiene que permitir el normal y equitativo desarrollo de los actos y la presentación de las pruebas del proceso. Por otro lado, hay que tener en cuenta que además de los efectos propios del arbitraje, con carácter general la regulación estatal supletoria establece que el arbitraje se dicte en base a derecho<sup>27</sup>. Este es el motivo por el que los mecanismos tecnológicos del arbitraje virtual tienen que velar por los principios del proceso debido. Por lo tanto, es indispensable que se observen los requisitos de autenticidad e integridad tanto en la transmisión de todo tipo de pruebas en el proceso como en la presentación de los diferentes argumentos legales (CEN, 2009).

Los sistemas de arbitraje virtual más usuales disponen tanto de plataformas donde puede llevarse a cabo todo el arbitraje *online*, como de sistemas de comunicación y almacenamiento de los actos y documentos del caso. Por ejemplo, la plataforma ECAF de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual permite consultar *online* tanto un resumen del caso como la información de contacto o la información sobre los plazos. Igualmente ofrece un listado de todas las comunicaciones efectuadas por las partes y por el árbitro que formarán parte del caso, así como de las comunicaciones más informales contenidas en el *message board*, además de establecer un resumen del estado financiero.

#### 4.6 Otros mecanismos de ODR

Por *adjudicación* se conoce aquellos mecanismos de ADR/ODR en los que el tercero imparcial que participa en el procedimiento, después de analizar los argumentos de las partes, acaba imponiendo una decisión que es plenamente vinculante para las partes. Sin embargo, en estos casos la decisión del tercero imparcial no tiene los mismo efectos del laudo arbitral y, por lo tanto, su decisión no puede ser *per se* ejecutada por los poderes del Estado. Por lo tanto, los efectos tienen su marco de actuación en el ámbito contractual, dentro de la esfera privada de las partes. En otras ocasiones, también se suele denominar procedimiento de evaluación vinculante (o *binding evaluation*).

En los procedimientos de *recomendación*, las partes pactan que un tercero independiente dicte un informe que exprese los argumentos de las partes en el proceso y contenga una posible solución al caso. Se trata de procedimientos consultivos, ya que este informe es, en principio, no vinculante a no ser que las partes hayan pactado lo contrario. Una vez dictado el informe por el experto independiente, las partes tienen un periodo de tiempo para aprobarlo; si no es así, el proceso se considera acabado sin acuerdo<sup>28</sup>. Por el contrario, si las partes aprueban la recomendación del tercero, ésta suele formalizarse en un pacto entre las partes que resuelve la controversia. Además, las partes pueden abandonar el procedimiento en cualquier momento. A veces, el procedimiento de recomendación se dicta en progresiones internas, después de que no hayan fructificado otros mecanismos como la negociación y la mediación<sup>29</sup>.

En los procesos de *evaluación neutral inicial*, las partes solicitan la opinión de un experto independiente sobre un aspecto claramente determinado de hecho o de derecho para que emita una opinión no vinculante que exprese la valoración de los méritos de ambas partes, clarifique los aspectos del conflicto e indique cuál sería el probable resultado en caso de que fueran a otro procedimiento de ADR o a los tribunales (Poblet, 2009: 156)<sup>30</sup>. Este procedimiento, que dispone de los principios de confidencialidad y flexibilidad, finaliza con la opinión del tercero; sin embargo, las partes pueden hacer uso y firmar un acuerdo que resuelva la conferencia. En otros casos, se habla de proceso de evaluación independiente<sup>31</sup>.

El *minitrial* es un procedimiento extendido sobre todo en el sector de los negocios empresariales del ámbito anglosajón, dado que pretende solucionar un problema de negocios más que realmente un asunto legal. Se trata de un procedimiento estructurado, flexible y confidencial en que las partes, mediante sus representantes, intercambian la información para posteriormente pasar a negociar los asuntos en conflicto.

Finalmente, la práctica suele visualizar procedimientos híbridos de ODR que tienen alguna de las particularidades de los diferentes procedimientos típicos. Así, en el procedimiento *med-arb* el tercero imparcial actúa en una primera fase como mediador y, si no se llega a un acuerdo, éste mismo tercero se acaba convirtiendo en un árbitro que dicta una resolución oponible frente a las partes (Rule, 2002: 43; Barona, 1999: 82). Por otro lado, hay una serie de procedimientos híbridos que configuran procesos donde confluyen dos terceros independientes. En el denominado *med-then-arb*, se atribuyen las competencias del arbitraje a una persona diferente del mediador. En cambio, en la *mediación en la sombra*, el mediador

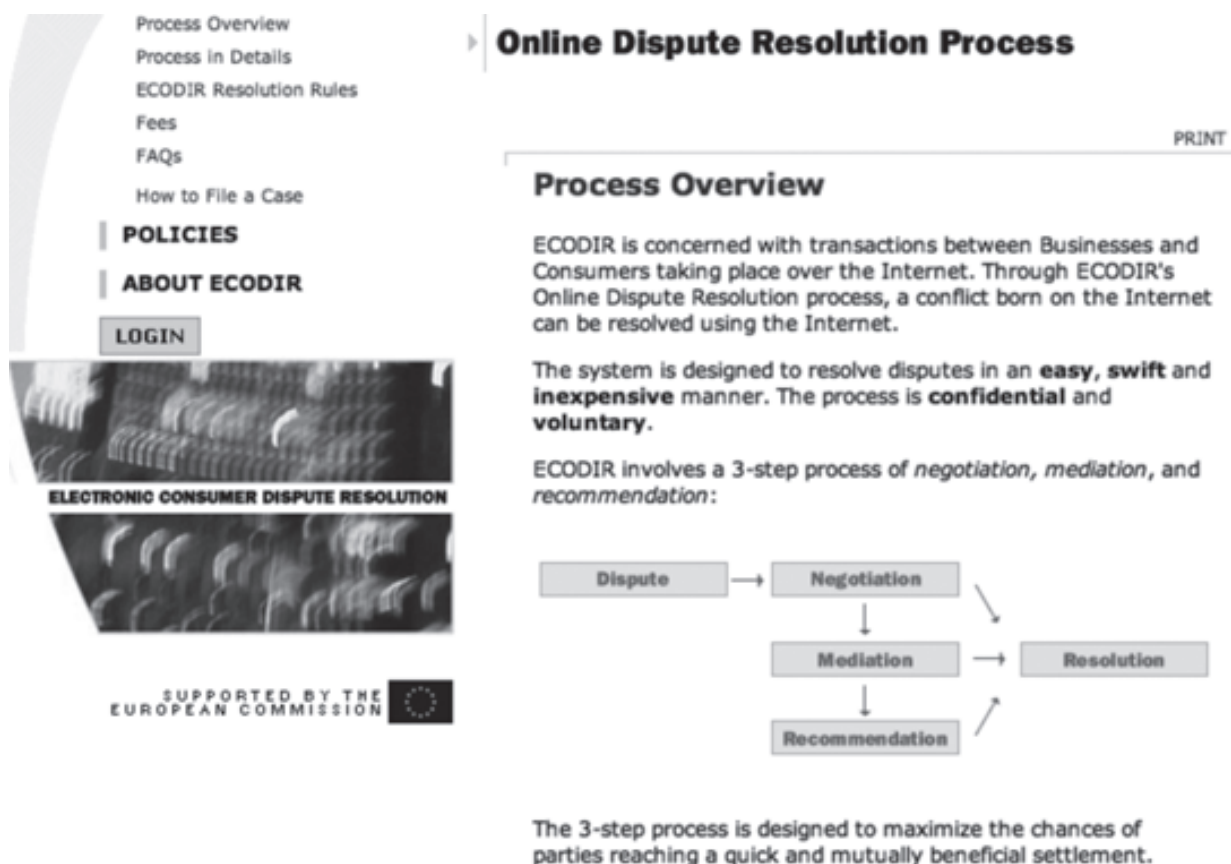


Figura 9. El procedimiento de recomendación en ECODIR finaliza las diferentes vías establecidas para resolver un conflicto.

queda como observador en la fase de arbitraje. Respecto al *co-med-arb*, el árbitro es el que acude a alguna de las sesiones de mediación sin poder participar<sup>32</sup>.

## 5 Estado del arte de los servicios y las tecnologías

### 5.1 Etapas de desarrollo

El ODR tiene una historia reciente no exenta de vicisitudes: poco más de quince años de existencia de este ámbito han dado lugar a más de un centenar de proyectos, prototipos e iniciativas comerciales. Un importante número de éstos tuvieron una breve irrupción en el mercado *online* entre finales de los años noventa y el inicio

del nuevo siglo. Melissa Conley Tyler hizo un análisis en dos informes sucesivos de los proveedores más relevantes en ese momento (Conley Tyler, 2003 y 2004) en que distinguía cuatro fases de desarrollo de los ODR:

- Fase *amateur* (inicios de 1990 – 1996), en que una serie de personas a título individual empiezan a trabajar, a menudo sin apoyo formal, para desarrollar mecanismos de ADR *online*.
- Fase *experimental* (1997 – 1998), caracterizada por la presencia de proyectos piloto desarrollados por instituciones académicas<sup>33</sup> o sin ánimo de lucro y financiados por fundaciones y organismos internacionales, como la Hewlett Foundation<sup>34</sup> o Naciones Unidas<sup>35</sup>.
- Fase *empresarial* (1999 – 2000), impulsada por iniciativas del sector privado que se lanzan al mercado de Internet con la provisión de servicios de mediación *online*.

- Fase institucional (desde 2001), en que algunas instituciones públicas (como los tribunales de justicia) adoptan licencias de algunos proveedores de servicios.

Conley Tyler también constataba en 2004 que, de los 115 servicios analizados, más de una treintena ya no estaban operativos. En este sentido, la sacudida bursátil de 2000-2001, que provocó la desaparición de un gran número de empresas tecnológicas y start-ups también repercutió de pleno en los servicios emergentes de ODR. Lo que se produce después es una reestructuración del mercado que, por un lado, se reduce en términos cuantitativos y, por otro, adquiere una mayor madurez tecnológica.

## 5.2 Estado actual de los servicios de ODR

La investigación sobre el estado del arte de los ODR realizada en el marco del Libro Blanco ha partido de los trabajos previos de Conley Tyler (2003, 2004) y, más recientemente, de un informe del Centro Europeo de Estandarización (CEN, 2009) que analizaba quince proveedores de servicios. A este trabajo de revisión previa le hemos sumado nuestra propia investigación etnográfica y *online* –con entrevistas e intercambios de correo electrónico– que nos han permitido descartar y añadir nuevos servicios. El resultado es una tabla de 35 servicios de ODR que refleja el panorama de proveedores actuales de ODR en el mercado internacional (Tabla 1). La búsqueda a través de Internet se ha realizado durante buena parte de los años 2009 y 2010 y se dio por cerrada a finales de mayo de 2010.

Hay que tener en cuenta una serie de consideraciones sobre la tabla que presentamos. En primer lugar, la tabla incluye, con vocación exhaustiva, todos los servicios de ODR actualmente existentes en el mercado y que muestran algún signo de actividad (por el número de casos, por el estado de actualización de la web, de la licencia o de la patente, si es que hay). En cambio, hemos excluido por distintas razones tres ámbitos específicos: (i) los sistemas que se utilizaban preferentemente en el ámbito de la investigación sobre la negociación (como Inspire o Negoisst); (ii) los sistemas de gestión de quejas (*complaints handling*) que no incluyen alguno de los diferentes mecanismos de ADR existentes (este aspecto es relevante ya que en la actualidad hay multitud de sistemas de gestión de quejas que, en mayor o menor medida, se benefician de la red y de los elementos tecnológicos para

realizar de forma más eficiente su tarea); (iii) los diferentes estadios de utilización de la tecnología que pueden desarrollar los tribunales estatales (los denominados tribunales virtuales o *cybercourts*) en la medida que los requisitos del proceso debido de la justicia estatal pueden exigir unos requerimientos específicos respecto a los ADR/ODR; y (iv) los supuestos de ODR vinculados a los nombres de dominio (ND), dado que éste es un ámbito que presenta unas especificidades propias y en que el gran número de nombres de dominio territoriales existente (ccTLD como es el .es, .fr, o .uk) o esponsorizados (como el .cat) están en su mayor parte conferidos a las entidades nacionales correspondientes, que tienen sus propios sistemas de gestión de reclamaciones. Sin embargo, y a modo de ejemplo, sí que hemos incluido en nuestra tabla el sistema de reclamación de controversias establecido para los nombres de dominio .cat.

Así pues, el filtraje de los elementos definitorios de los ODR ha comportado necesariamente que la tabla presente un número menor de proveedores de ODR respecto a anteriores estudios. No obstante, también es cierto que fruto del estudio comparativo podemos confirmar que un gran número de proveedores o proyectos surgidos a principios del 2000 ya no están operativos hoy en día. Por lo tanto, parece consecuente apreciar un cierto posicionamiento de proveedores de ODR a nivel europeo e internacional en el *mercado de los conflictos*, usando el término de Berger (2006).

La tabla está poblada por proveedores de ODR contenidos en las columnas y por diferentes conceptos aplicables o no a los proveedores en las filas. Así, en relación con cada producto concreto de ODR se identifica su propietario, el país, el sitio web y el dominio de actuación. En este último aspecto, hay que diferenciar entre los proveedores que tienen un ámbito de actuación genérico de los que actúan específicamente en el ámbito del comercio electrónico y, en relación con este último aspecto, si el comercio electrónico se realiza entre empresas (B2B), entre empresa y consumidor (B2C) o entre consumidores (C2C). Igualmente, hay que identificar los supuestos en que el ámbito de actuación es la propiedad intelectual, la privacidad o los nombres de dominio. A la vez se identifican los diferentes mecanismos de ODR existentes: negociación asistida, negociación automática, mediación, arbitraje, adjudicación, recomendación y evaluación neutral inicial, y se identifican otros servicios adicionales que pueden proporcionarse, como son los servicios de premediación o de med-arb (mediación y arbitraje). Del mismo modo, otros servicios pueden consistir en la provisión de perfiles psicométricos de ayuda

a los mediadores, dictar estándares de normalización o otorgar sellos de calidad<sup>36</sup>.

En lo referente a las diferentes funcionalidades que ofrecen los distintos proveedores de ODR, hay que tener en cuenta las siguientes definiciones:

- Control automático de flujo: controla la secuencia del proceso, los tiempos y la participación de las partes.
- Registro de casos: realiza una transcripción en formato digital del caso.
- Formas estructuradas: la información inherente al proceso (como la reclamación, oferta y contraoferta y acuerdo final) se representa digitalmente de una forma estructurada.
- Mensajes automáticos a las partes: el sistema genera automáticamente las comunicaciones conforme al protocolo establecido en tiempos y secuencia.
- Registros confidenciales: los casos se preservan con garantías de confidencialidad y persistencia.
- Bases de datos: se establece de una forma sistemática la información de los casos y la administración de los casos para poder recuperar en línea. Se guarda la información relativa a cada caso, a los procesos para consulta en línea y su análisis.

Acerca del tipo de comunicación, hemos distinguido entre mecanismos de comunicación asíncrona y síncrona. Con los primeros se deja un registro y cada parte interviene según su disponibilidad y conveniencia. La comunicación síncrona, en cambio, es la que se lleva a cabo de forma simultánea.

Respecto a la automatización de la negociación, hemos identificado la presencia de dos tipos de algoritmos. Así, cuando hablamos de algoritmos de optimización de resultados nos referimos al algoritmo que elicitó una función de utilidad y elige la mejor de entre las soluciones que son aceptables para cada una de las partes. En cambio, mediante los algoritmos de cruzamiento de propuestas cada parte hace una propuesta de forma confidencial y si se cruzan las ofertas, es decir, coinciden en un lindar determinado, el algoritmo elige el punto medio como mejor solución. Si las ofertas no son compatibles se vuelven a pedir propuestas confidenciales nuevas y el ciclo se repite un número finito de veces. Finalmente, y en cuanto al grado de sofisticación de la tecnología, hemos establecido los siguientes modelos:

- ODR de tecnología básica: integra componentes fácilmente disponibles en el mercado (correo electrónico, voz IP, etc.)
- ODR de tecnología propia: la entidad utiliza tecnología informática que ha sido desarrollada expresamente para esta entidad o para ellos.
- ODR licenciador de tecnología ODR: el servicio de tecnología ODR que licencia a otros usuarios y que permite adaptarla a los intereses del licenciario.
- ODR SaaS (*Software as a Service*): ofrece los servicios de la plataforma web pero la administración de los casos la realiza otro proveedor.

### 5.3 Aspectos a destacar de los servicios ODR

Hay una serie de aspectos a destacar por lo que se refiere a los servicios que hemos analizado en la tabla anterior: localización, tipo de disputas tratadas, mecanismos que utilizan, formas de comunicación y modelos de servicio. Revisamos a continuación estos elementos teniendo en cuenta que tratamos 35 proveedores, pero la suma de cifras puede dar un valor superior ya que existen intersecciones entre los datos que se explican con más detalle, y cuando es el caso, después de cada gráfico.

El Gráfico 1 muestra la distribución de los proveedores de ODR en el mundo por regiones. En primer lugar tenemos América del Norte, más concretamente Estados Unidos, donde hay 17 instituciones que se dedican a la resolución de conflictos *online*. Hay que tener en cuenta que Estados Unidos tiene una cultura más orientada a los ODR, de hecho, es su cuna ya que allí se iniciaron los primeros proyectos experimentales a mitad de los noventa. En segundo lugar, tenemos Europa, que cuenta con 15 instituciones. Esta cifra es significativa, dado que nuestro continente no cuenta con la tradición que tienen en EE.UU. y existen algunas dificultades adicionales como las diferentes lenguas, culturas, marcos jurídicos, etc. No obstante, Europa es un mercado emergente en este campo y en muchos de sus países se está promoviendo la resolución alternativa de conflictos para evitar los tribunales (Traesch y Ferrali, 2007) especialmente después de la Directiva europea 2008/52/CE, sobre ciertos aspectos de la mediación en asuntos civiles y mercantiles. Tanto en Asia como en Oceanía, encontramos dos proveedores por continente: en el primer caso se trata de ODRIndia y ODRChina que forman parte de ODRWorld; y en el segundo se trata de AssetDivider y

Tabla 1. Proveedores de servicios ODR

Producto	Automated Dispute Resolution System (AdDResS)	Aegi Solutions	Agencia Catalana de Consum	All American Dispute Resolutions Online	American Arbitration Association WebFile	Appellex Bargaining Solutions	AssetDivider	Better Business Bureau (BBB)	Concilia Online
Propietario	WebAssured	Centre de Médiation et Arbitrage de Paris	Agencia Catalana de Consum	All American Dispute Resolutions Online Inc.	American Arbitration Association	Fair Outcomes Inc.	John Zeleznikow y Emilia Bellucci (Victoria University)	Council of Better Business Bureau	Camera di Commercio di Firenze
País	EEUU	Francia	Cataluña	EEUU	EEUU	EEUU	Australia	EEUU, Canadá, Italia	
Web	www.webassured.com	www.mediationet-arbitrage.com	http://www.consumcat.net	http://shop.med84u.com/	http://www.adr.org/	http://www.appellex.com/	-----	http://www.bbb.org/	http://www.conciliaonline.net/concilia/
Dominio	e-T (B2C)	G	G (B2C)	G	G	G	G	G	G
<b>Mecanismos ODR</b>									
Negociación asistida						X	X		
Negociación automática									
Mediación	X		X	X	X			X	X
Arbitraje					X			X	
Adjudicación	X								
Recomendación		X							
Evaluación neutral inicial		X							
<b>Otros servicios</b>									
Ofrece lista de mediadores	X				X				
Sello de calidad	X							X	
Formación				X					
Otros	Watchlist (listado de entidades a evitar)				Dispute avoidance and early resolution			Dictado de estándares	
<b>Funcionalidades</b>									
Control automático de flujo	X							X	X
Registro de casos	X	X						X	X
Formas estructuradas					X			X	
Mensajes automáticos a las partes	X	X						X	X
Registros confidenciales		X			X			X	X
Base de datos	X								
<b>Tipo de comunicación</b>									
Comunicación asíncrona (foros, correo electrónico)	X	X	X	X	X			X	X
Comunicación síncrona (chat, videoconferencia)			X	X	X				X
<b>Automatización de negociación</b>									
Alg. de optimización						X			
Alg. cruce propuestas									
<b>Modelos de servicio de ODR</b>									
ODR de tecnología básica			X		X			X	
ODR de tecnología propietaria	X	X			X				X
Licenciador de tecnología ODR						X			
Proveedor SAAS				X					X

Producto	Confianza Online	Conciliación Online	CyberSettle	eBay	Der Internet Ombudsmann	ECODIR	Electronic Courthouse	eMediation.NI	Family Winner	Global Mediation Initiatives	iOua (Agencia de Calidad de Internet)	Juripax
Propietario	AECER, AUTOCONTROL Red.es	Camera di Commercio di Ancona	CyberSettle	eBay	Der Internet Ombudsmann	Consortio Internacional de Investigaciones y entidades privadas	Electronic Courthouse	Emediation y Roelvik Advocatenkantoor	John Zelenikow y Emilia Bellucci (Victoria University)	Lynn Cole	Agencia de Qualitat d'Internet	Juripax
País	España	Italia	EEUU	EEUU	Austria	Europa	EEUU	Países Bajos	Australia	EEUU	Cataluña	Países Bajos
Web	<a href="http://www.confianzaonline.es">http://www.confianzaonline.es</a>	<a href="http://concliazi.ona.camcom.it/index.php">http://concliazi.ona.camcom.it/index.php</a>	<a href="http://www.cybersettle.com">http://www.cybersettle.com</a>	<a href="http://resolucioncenter.ebay.es/">http://resolucioncenter.ebay.es/</a>	<a href="http://www.ombudsmann.at/">http://www.ombudsmann.at/</a>	<a href="http://www.ecodir.org">http://www.ecodir.org</a>	<a href="http://www.electroniccourthouse.com">www.electroniccourthouse.com</a>	<a href="http://www.emediation.nl/">http://www.emediation.nl/</a>		<a href="http://mediationinitiatives.com">http://mediationinitiatives.com</a>	<a href="http://www.ioue.net">www.ioue.net</a>	<a href="http://www.juripax.com">www.juripax.com</a>
Dominio	G	e-T (B2B, B2C)	G	e-T (C2C)	e-T (B2C, C2C)	e-T (B2C)	G	G	G	G	Nd	G
<b>Mecanismos ODR</b>												
Negociación asistida			X	X		X			X			
Negociación automática	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
Mediación	X		X				X					
Arbitraje	X						X					
Adjudicación												
Recomendación						X					X	
Evaluación neutral inicial							X					
Otros servicios												
Ofrece lista de mediadores							X				X	
Sello de calidad	X										X	
Formación										X		
Otros												
<b>Funcionalidades</b>												
Control automático de flujo			X	X		X	X					X
Registro de casos			X	X		X	X					X
Formas estructuradas	X	X	X	X		X	X					X
Mensajes automáticos a las partes			X			X	X					X
Registros confidenciales		X	X		X	X	X					X
Base de datos												
<b>Tipo de comunicación</b>												
Comunicación asincrónica (foros, correo electrónico)	X	X	X	X	X	X	X				X	X
Comunicación sincrónica (chat, videoconf.)		X	X	X				X		X		X
<b>Automatización de negociación</b>												
Alg. de optimización									X			
Alg. cruce propuestas			X									X
<b>Modelos de servicio de ODR</b>												
ODR de tecnología básica	X		X	X	X					X	X	
ODR de tecnología propietaria		X				X		X				
Licenciador de tecnología ODR			X						X			X
Proveedor SaaS							X					

Producto	Mediation Arbitration Resolution Services (MARS)	Mediar Online	Mediateur du net	Mediation Room	National Arbitration Forum	National Arbitration and Mediation	Net Neutrals	ODRWorld/India/China	PayPal	Risolti Online
Propietario	MARS	Personas físicas (colaboran Instituciones)	Le Forum des droits sur l'Internet	Mediation Room	National Arbitration Forum	National Arbitration and Mediation	DeKlars & Ass.		PayPal	Camera Arbitrale di Milano
País	EEUU	España- Argentina	Francia	Reino Unido	EEUU	EEUU	EEUU	Reino Unido, India, China	EEUU	Italia
Web	<a href="http://www.resolvemydispute.com/">http://www.resolvemydispute.com/</a>	<a href="http://www.mediaronline.com">http://www.mediaronline.com</a>	<a href="http://www.foruminternet.org/particuliers/mediation/">http://www.foruminternet.org/particuliers/mediation/</a>	<a href="http://www.themediationroom.com">www.themediationroom.com</a>	<a href="http://www.adrforum.com">www.adrforum.com</a>	<a href="http://www.namadr.com">www.namadr.com</a>	<a href="http://www.netneutrals.com">www.netneutrals.com</a>	<a href="http://www.odrworld.com/">http://www.odrworld.com/</a>	<a href="https://www.paypal.com/es/cgi-bin/webscr?cmd=xpt/Customer/custome-service/GXOLlogin-outside">https://www.paypal.com/es/cgi-bin/webscr?cmd=xpt/Customer/custome-service/GXOLlogin-outside</a>	<a href="http://www.risoltionline.com/">http://www.risoltionline.com/</a>
Dominio	e-T (B2C)	G	e-T (B2C, C2C), nd, priv	G	G	G	G	G	e-T (B2B, B2C, C2C)	e-T (B2B, B2C i C2C)
<b>Mecanismos ODR</b>										
Negociación asistida	X						X	X	X	
Negociación automática										
Mediación	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Arbitraje	X				X	X	X	X	X	
Adjudicación							X			
Recomendación										
Evaluación neutral inicial					X					
<b>Otros servicios</b>										
Ofrece lista de mediadores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sello de calidad	X									
Formación		X		X	X		X			
Otros			Perfiles psicométricos			Trial preparation				
<b>Funcionalidades</b>										
Control automático de flujo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Registro de casos	X	X		X		X	X			
Formas estructuradas		X				X	X	X	X	X
Mensajes automáticos a las partes	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Registros confidenciales		X		X	X	X	X	X	X	X
Base de datos										
<b>Tipo de comunicación</b>										
Comunicación asincrónica (foros, correo electrónico)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comunicación sincrónica (chat, videoconf.)	X	X		X	X	X	X	X		
<b>Automatización de negociación</b>										
Alg. de optimización										
Alg. cruce propuestas										
<b>Modelos de servicio deODR</b>										
ODR de tecnología básica					X					
ODR de tecnología propietaria	X		X			X	X	X	X	X
Licenciador de tecnología ODR				X						
Proveedor SAAS		X						X		

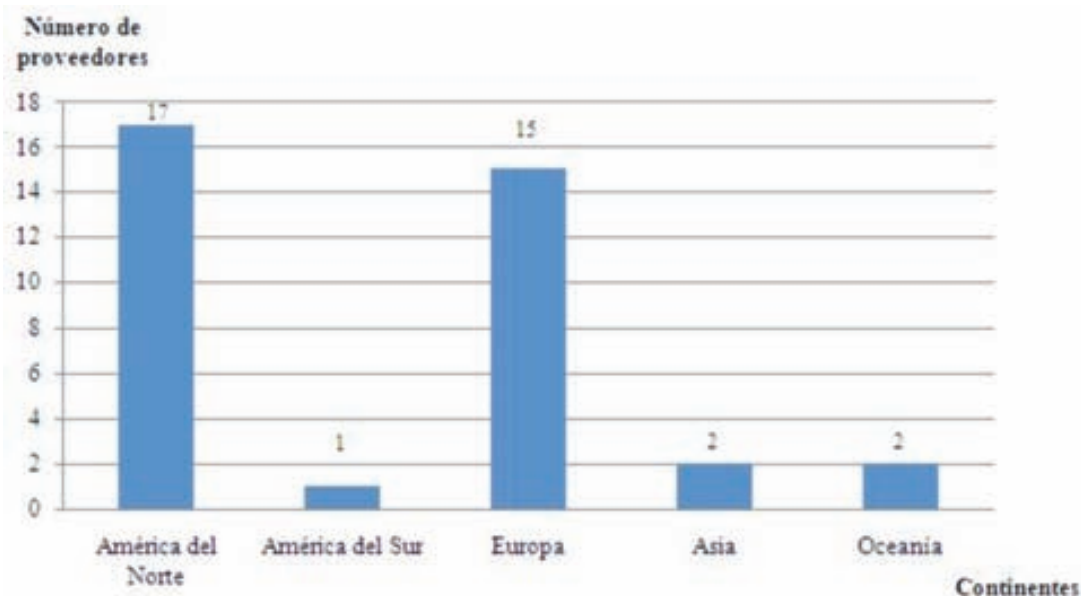
Producto	Settle Today	Smart Settle	Truste	WIPO Arbitration and Mediation Center (Electronic Case Facility - ECAF)
Propietario	Settle Today	ICan Systems	Ultimate Standards Everywhere, Inc	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
País	EEUU	EEUU	EEUU	Organización internacional
Web	<a href="http://www.settletoday.com/">http://www.settletoday.com/</a>	<a href="http://www.smartsettle.com/">http://www.smartsettle.com/</a>	<a href="http://www.truste.com/">http://www.truste.com/</a>	<a href="http://www.wipo.int/amc/en/ecaf/">http://www.wipo.int/amc/en/ecaf/</a>
Dominio	G	G	Priv	PI
<b>Mecanismos ODR</b>				
Negociación asistida				
Negociación automática		X		
Mediación			X	X
Arbitraje	X	X	X	X
Adjudicación				Determinación de experto
Recomendación				
Evaluación neutral inicial				
<b>Otros servicios</b>				
Ofrece lista de mediadores	X (de árbitros)	X	X	X
Sello de calidad			X	
Formación		X		
Otros	IT testing; Damages			
<b>Funcionalidades</b>				
Control automático de flujo	X	X	X	X
Registro de casos	X			X
Formas estructuradas	X	X		X
Mensajes automáticos a las partes	X	X		X
Registros confidenciales	X			X
Base de datos				
<b>Tipo de comunicación</b>				
Comunicación asincrónica (foros, correo electrónico)	X	X		X
Comunicación sincrónica (chat, videoconf.)		X		
<b>Automatización de negociación</b>				
Alg. de optimización		X		
Alg. cruce propuestas		X		
<b>Modelos de servicio de ODR</b>				
ODR de tecnología básica		X		
ODR de tecnología propietaria	X		X	X
Licenciador de tecnología ODR				
Proveedor SAAS				

G (ámbitos genéricos)  
 e-T (transacciones electrónicas: B2C, B2B, C2C)  
 Nd (nombres de dominio)  
 Priv (privacidad)  
 PI (propiedad intelectual)

Fuente: elaboración propia.



Gráfico 1. Localización de los proveedores



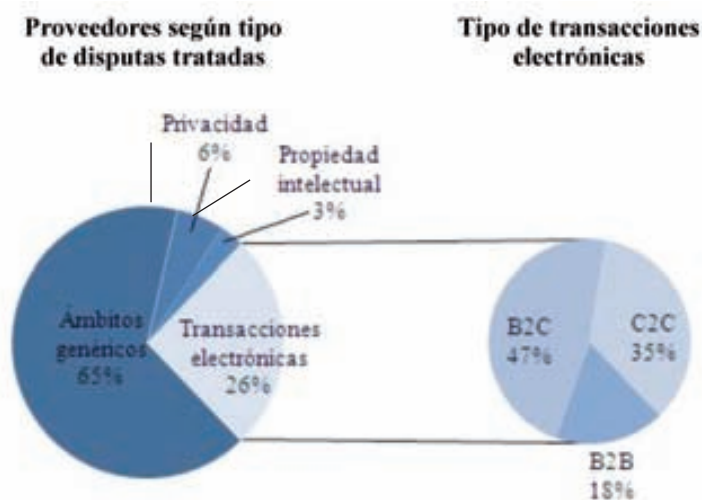
Fuente: elaboración propia.

Family Winner, ambos sistemas de negociación asistida creados por la Victoria University (Australia). Mientras que en Europa y en América del Norte observamos heterogeneidad respecto al modelo de servicio, en Asia tenemos dos proveedores SaaS y en Australia dos licenciadores de ODR. En último lugar, hemos hallado un proveedor en Argentina que también tiene sede en España,

ya que se trata de una institución en que colaboran personas físicas. Localizamos alguna otra iniciativa de tribunales virtuales en América del Sur, como el Cibertribunal Peruano, pero como hemos explicado con anterioridad, quedan fuera de nuestro estudio.

Tal como puede observarse en el Gráfico 2, hay un claro predominio de los ámbitos genéricos en cuanto al ámbito

Gráfico 2. Dominio de las disputas



Fuente: elaboración propia.

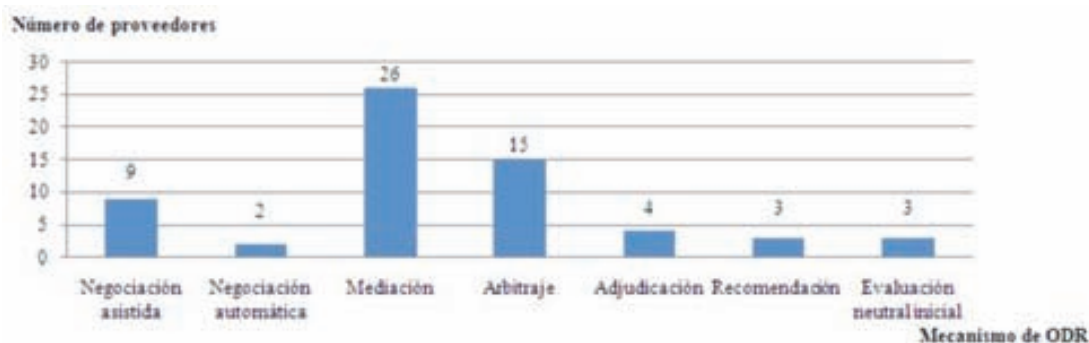
de las disputas que tratan los proveedores de ODR. 23 de los 35 proveedores identificados –esto es, el 65% del total– se dedican a la resolución de este tipo de conflictos, mientras que sólo dos instituciones (Médiateur du Net y Truste) aceptan disputas sobre temas de privacidad y una disputa sobre propiedad intelectual (WIPO Arbitration and Mediation Center). Sin embargo, hemos encontrado 9 proveedores que se dedican a las transacciones electrónicas y que constituyen el 26% del total. Hemos considerado relevante especificar qué partes participan en las transacciones electrónicas, sin olvidar que los sectores B2B (empresa-empresa), B2C (empresa-consumidor) y C2C (consumidor-consumidor) no son excluyentes: un proveedor puede ofrecer los tres, dos o sólo uno (por este motivo no coincide el número de proveedores por transacciones electrónicas del gráfico de mayor tamaño con la suma de cifras del pequeño). Los resultados nos muestran que el número de proveedores que aceptan disputas de B2C y C2C es mayoritario; de hecho, con la excepción de eBay, todas las instituciones tratan disputas B2C ya que suelen ser las más comunes. No obstante, en los últimos tiempos se ha visto un importante crecimiento de conflictos C2C gracias a plataformas como eBay que, aparte de ser un lugar de compraventa de productos, tiene su propio centro de resolución de conflictos. La mayoría de proveedores de ODR que reciben disputas B2B están de acuerdo en que las empresas no acostumbran a estar dispuestas a entrar en procesos de resolución alternativa de conflictos a causa de la falta de confianza que tienen en esta posibilidad; muchas incluso la desconocen. Por otro lado, otra razón que explica la diferencia en el volumen de casos entre B2C y C2C respecto a B2B (y que, por lo tanto, haya más oferta para resolución de casos de los primeros en contraposición a los segundos) es la cuestión económica: para un

particular resulta mucho más caro entrar en un proceso de litigación que no recurrir a la resolución alternativa de conflictos, pero a una gran empresa igual sí que le resulta rentable y tiene posibilidades de sacar más beneficio.

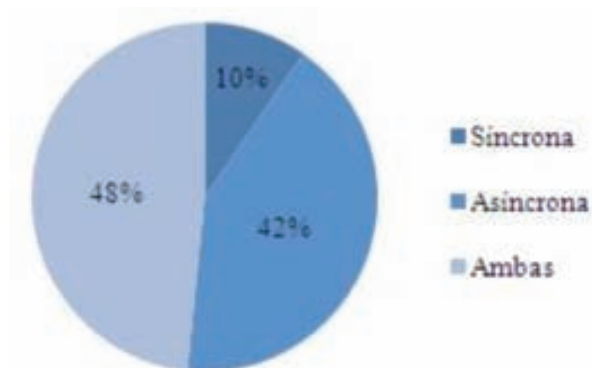
En el Gráfico 3 podemos observar que de los siete mecanismos de ODR que hemos identificado, la mediación es el más extendido con más de un 74% de los proveedores que la llevan a cabo, y va seguida del arbitraje con más de un 40% de las instituciones. Sólo 9 instituciones ofrecen negociación asistida y el resto de mecanismos (negociación automática, adjudicación, recomendación y evaluación neutral inicial) aún tienen menos implantación. Sin embargo, hay que destacar que el uso de uno de los mecanismos no es excluyente del uso de otro: por un lado, hay proveedores que ofrecen la posibilidad a las partes de elegir qué quieren según la disputa o sus preferencias, y por otro, hay algunos cuyo proceso de resolución está integrado por diferentes mecanismos (e.g. ECODIR inicia la resolución del conflicto con una fase de negociación, si no se llega a un acuerdo se pasa a mediación y finalmente el mediador emite una recomendación). Otro punto a tener en cuenta es la existencia de híbridos que no hemos reflejado en esta gráfica, dado que el número no era significativo. Electronic Courthouse es el único proveedor que aparte de la mediación, arbitraje y evaluación neutral inicial ofrece med-arb, es decir, puede iniciarse un proceso de mediación y cuando sea conveniente pasarlo a arbitraje.

En el Gráfico 4 podemos ver que de los dos tipos de comunicación que hemos definido en la tabla, la asíncrona predomina claramente sobre la síncrona pues la primera cuadruplica la segunda. Colin Rule (2002) afirma que esta preferencia de las instituciones se da por

**Gráfico 3. Mecanismos de ODR**



Fuente: elaboración propia.

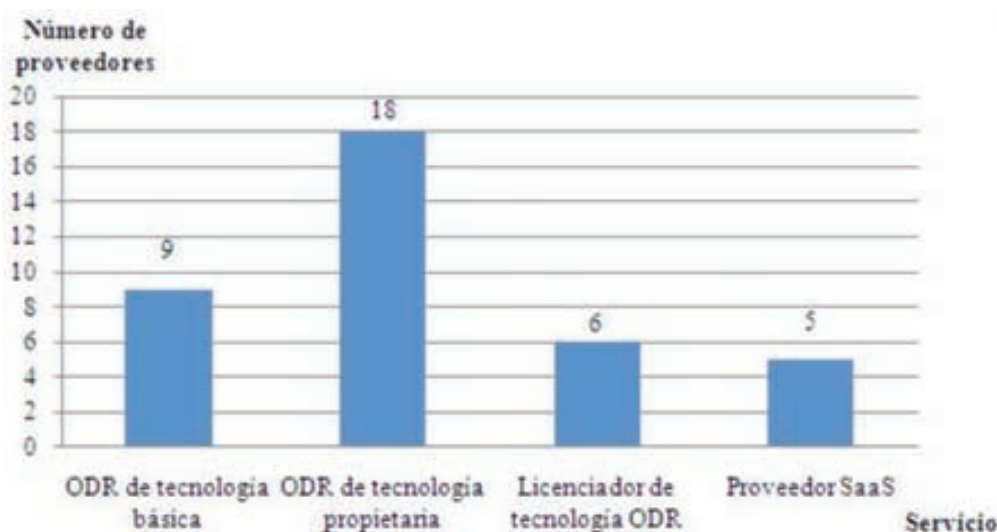
**Gráfico 4. Tipo de comunicación**

Fuente: elaboración propia.

el hecho de que si las partes no contestan “en caliente”, esto tendrá un efecto positivo en el proceso, ya que pueden tomarse el tiempo de reflexionar y ello dará más posibilidades de éxito. Además, en los procesos en que hay un tercero neutral, el uso de correos electrónicos (en copia), foros, etc. facilitan la monitorización del proceso. Sólo tres proveedores (All American Dispute Resolution Online, eMediation.nl y Global Mediation Initiatives) usan exclusivamente herramientas de comunicación sincrónica como el chat o la videoconferencia, que también tienen ventajas como la inmediatez de respuesta y, por lo tanto, la resolución más rápida del conflicto. Sin embargo, casi el 50% de los proveedores utilizan un sistema híbrido de

comunicación sincrónica y asincrónica para llevar a cabo todo el proceso de resolución de conflictos, desde la presentación de la queja hasta que se llega o no al acuerdo, de esta forma se combinan los beneficios de los dos tipos de comunicación.

El Gráfico 5 refleja como más de la mitad de los 35 proveedores de ODR hacen uso de la tecnología propietaria para la gestión de los conflictos, es decir, han creado un software del que tienen los derechos. Este modelo es el más extendido ya que la herramienta a medida está hecha por y para la misma institución, de modo que se adapta mejor al mecanismo de ODR empleado (mediación, arbitraje, etc.), a las necesidades de las partes y a la tipología del conflicto. El segundo modelo más extendido es el ODR de tecnología básica, dado que el hecho de coger herramientas que ya existen abarata el coste para la institución, pero le supone tenerse que adaptar a lo que hay en el mercado en un momento concreto. Finalmente, el número de licenciadores de tecnología ODR y proveedores SaaS está bastante equiparado, 6 y 5 instituciones respectivamente. Ambos modelos tienen unas funciones muy concretas y delimitadas, pues no llevan a cabo el proceso de gestión y resolución del conflicto: mientras que el primero crea un software para un tercero, el segundo ofrece un lugar donde un tercero puede llevar a cabo el proceso pero en ningún momento entran en él. Seguramente, tanto los licenciadores como los proveedores SaaS seguirán siendo los grupos minoritarios mientras la cultura de ODR no esté más extendida y haya más profesionales que requieran estos servicios.

**Gráfico 5. Modelos de servicio de ODR**

Fuente: elaboración propia.

## 6 Los usos tecnológicos de los diferentes ámbitos de la mediación en Cataluña

Una parte significativa de la investigación realizada en el marco de este capítulo ha consistido en identificar qué tecnologías se utilizan en los distintos ámbitos de la mediación en Cataluña, en qué fases de los procedimientos se utilizan y en qué sentido se incorporan a la mediación: como herramienta de apoyo al procedimiento y/o de las partes (*IT supported*), de mejora (*IT enhanced*) o como habilitación del procedimiento (*IT enabled*). Con esta finalidad hemos considerado dos tipos de fuentes de datos: (i) datos contenidos en los cuestionarios generales dirigidos a los distintos ámbitos de la mediación; (ii) datos extraídos de un breve cuestionario sobre usos específicamente tecnológicos en cada uno de estos ámbitos (con la descripción de algún caso de uso específico). De este modo hemos podido elaborar un perfil tecnológico básico de los distintos dominios de la mediación que nos sirve de base para sugerir algunas recomendaciones posteriores.

### 6.1 Protocolos de mediación

Los cuestionarios generales dirigidos a los distintos ámbitos de mediación nos han permitido comprender el grado de protocolización del procedimiento de mediación. En este sentido, por “grado de protocolización” entendemos la presencia de descripciones formales (normalmente por escrito) del diseño y la implementación del procedimiento de mediación, o las reglas que definen las obligaciones de las partes en el proceso. Así, los protocolos se suelen traducir en reglas escritas, instrucciones, guías, formularios, etc.

Aunque la presencia de protocolos no es una cuestión propiamente tecnológica, no hay duda de que sirve de base para la estandarización de los procesos, requisito a la vez indispensable para una posterior automatización de algunos elementos o fases de la mediación (e.g. derivación de los casos, designación de mediadores, generación de documentos, etc.). Así pues, la Tabla 2 muestra para cada ámbito de la mediación la presencia de protocolos aplicados a las diferentes fases del proceso, a las obligaciones de las partes o a la duración del mismo proceso. Hemos marcado como existente la presencia de protocolos si se utilizan al menos en alguno de los servicios de mediación del ámbito correspondiente.

Tabla 2. Protocolos en la mediación

	Empresarial	Comunitaria	Familiar	Penal	Escolar	Salud	Ambiental	Laboral	Consumo	Administrativo
<b>1. Protocolos definidos para iniciar, derivar o cerrar mediaciones</b>										
- Protocolos de solicitud (formularios, etc.)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
- Formulario escrito	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
- Teléfono		✓				✓				
- Desde la página web	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
- Protocolos de derivación (formularios, etc.)	s.d.	✓	✓	✓		✓			✓	
- Protocolos de aceptación (actas, etc.)	s.d.	✓	✓	✓		✓				
- Protocolos de inicio (actas, etc.)	s.d.	✓	✓			✓		✓	✓	
- Protocolos de cierre (actas, etc.)	s.d.	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	

	Empresarial	Comunitaria	Familiar	Penal	Escolar	Salud	Ambiental	Laboral	Consumo	Administrativo
<b>2. Protocolos que definen las obligaciones de las partes</b>	s.d.									
- Obligaciones de las partes mediadas	s.d.	✓	✓		✓	✓			✓	
- Obligaciones de los mediadores	s.d.	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
- Códigos deontológicos de los mediadores	s.d.	✓	✓			✓		✓		
<b>3. Protocolos que definen aspectos cuantitativos</b>	s.d.									
- Número de sesiones por mediación	s.d.	✓	✓		✓	✓				
- Duración total de la mediación	s.d.	✓	✓	✓	✓	✓				

Fuente: elaboración a partir de los cuestionarios del Libro Blanco (s.d.= sin datos).

Según estos datos, la regulación de la mediación mediante la aplicación de protocolos está presente en casi todos los ámbitos. Por ejemplo, todos los ámbitos indicados excepto el de mediación ambiental tienen formularios escritos para solicitar el procedimiento y pueden descargarse desde una página web. En el caso de consumo, por ejemplo, se dispone de un formulario web (Figura 10).

Sin embargo, a partir de aquí hay grados diferentes de protocolización. De este modo, la presencia más elevada de protocolos se registra en los ámbitos comunitario, familiar y sanitario (con presencia de protocolos en todas las fases y dominios señalados) y, en segundo lugar, en los ámbitos de mediación penal, de consumo y laboral. En tercer lugar, encontramos ámbitos –escolar, empresarial y administrativo– en que la regulación mediante protocolos es menor e incide en momentos puntuales del procedimiento. Como ejemplo, la siguiente reflexión sobre el ámbito escolar:

Por lo que a los protocolos de solicitud se refiere, en la mayoría de centros existen unos buzones donde los alumnos pueden meter un papel para pedir mediación. Éste puede ser un formulario diseñado por el centro o simplemente una hoja en blanco donde el alumno explica por qué quiere la mediación. Algunos centros (una gran minoría) también tienen páginas web de mediación donde hay una dirección de correo electrónico que pueden utilizar para pedir mediación. No obstante, ninguno de los

dos casos es mayoritario. La gran mayoría de mediaciones se hacen cuando lo propone un profesor que valora que podría solucionar el conflicto y, por lo tanto, todo es oral. Lo que sí que tienen todos los centros, por escrito y con formato definido, es el acuerdo final que tienen que firmar los mediadores y mediados. En algunos centros éste es el único documento escrito que existe del proceso, mientras que en otros (la minoría, y sobre todo cuando hay profesores mediadores) puede haber un informe interno que explique con más detalle el caso y el proceso de mediación<sup>37</sup>.

Finalmente, existe un ámbito donde no se detecta aún la existencia de protocolos, éste es el de la mediación medioambiental. En este caso la ausencia se atribuye directamente al escaso número de servicios y casos registrados, que se plantea a la vez como un problema para una posterior automatización<sup>38</sup>.

## 6.2 Usos tecnológicos y aplicación de la tecnología


Los usos tecnológicos de los diferentes ámbitos de la mediación han sido identificados a partir de los cuestionarios específicos. El cuestionario distinguía entre: (i) herramientas de comunicación (teléfono, teléfono móvil, SMS, videoconferencia, correo electrónico, teléfono por ordenador, diálogo por ordenador o chat, redes socia-

➤ **Consumidores y consumidores**

- Te informamos
- Te ayudamos
- Te formamos

➤ **Empresas**

➤ **Organismos de consumo**



## Antes de empezar

Tenga preparados los documentos en formato digital que necesitará adjuntar a esta reclamación/denuncia (recopilar, escanear si hace falta...)

---

**Persona consumidora (sus datos)**

\* Nombre

\* Primer apellido

\* Segundo apellido

Sexo  H  M

\* NIF

\* Dirección

\* Población

Vivo fuera de Cataluña

\* Código postal

País

**\* Datos de contacto**

Teléfono

Dirección electrónica

---

**Empresa (contra quien reclama / denuncia)**

\* Establecimiento

\* Dirección

\* Población

Es de fuera de Cataluña

\* Código postal

Empresa o razón social

\* NIF/CIF

País

Teléfono

Dirección electrónica

---

**Explicación de los hechos**

\* ¿Qué ocurrió?

---

**Peticiones**

Nombre, apellidos y NIF de quien presenta la reclamación / denuncia (sólo si no es el / la mismo que reclama / denuncia. En este caso hará falta adjuntar la autorización escrita de esta persona para presentar la reclamación / denuncia.)

\* Campos obligatorios

De acuerdo con el artículo 9 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, los informamos de que los datos de carácter personal que nos faciliten serán incluidos en un fichero automatizado, responsabilidad de la Agencia Catalana del Consumidor, con la finalidad de llevar a cabo la gestión que nos solicita de un modo confidencial y seguro. Los titulares de los datos de carácter personal podrán ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante la Agencia Catalana del Consumidor (C. de Pamplona, 112, 08016 Barcelona). De conformidad con el artículo 9 de la citada Ley, los datos recogidos podrán ser tratados para el ejercicio de las funciones que son competencia de la Agencia Catalana del Consumidor.

Figura 10. Formulario web de denuncia o reclamación de la Agència Catalana de Consum.

les –i.e. Facebook, LinkedIn, Ning– y microblogging –i.e. Twitter); (ii) herramientas de difusión de información y colaboración a través de Internet (intranets, FAQs, foros, portales web, blogs, wikis, entornos de inmersión –i.e. Second Life; (iii) herramientas de gestión (bases de datos, software de gestión de casos, procedimientos automatizados, plataformas de *e-learning*, mediación asistida por ordenador (ODR).

Los resultados del cuestionario resumidos en la Tabla 3 muestran que, en cuanto a herramientas de comunicación, hay dos de uso generalizado en todos los ámbitos

de mediación analizados: el teléfono fijo y el teléfono móvil. Como se señalaba desde el ámbito penal:

Se utiliza dentro del proceso de mediación para establecer contacto con las partes al inicio y durante la mediación, ya sea para concretar reuniones o para transmitir información. El uso del fijo o del móvil es diferente, y depende del número que se haya facilitado al centro<sup>39</sup>.

La tercera herramienta más utilizada es el correo electrónico, que se emplea habitualmente en cinco de los diez

**Tabla 3. Usos tecnológicos para cada ámbito de la mediación**

Tecnología aplicada	Empresarial	Comunitaria	Familiar	Penal	Escolar	Salud	Ambiental	Laboral	Consumo	Administrativo
Teléfono	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Móvil	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓
SMS	✗	✗		✓		✓	✗	✗	✗	
Videoconferencia	✗	✗	✓	✗					✗	
Correo electrónico	✓	✓		✓	✗	✓	✗	✗	✓	✓
Teléfono por ordenador	✗									
Diálogo por ordenador	✗	✗							✗	
Redes sociales por Internet				✗			✗			
Microblogging					✗		✗			
Intranet		✗	✓	✓			✓		✓	✓
FAQs	✗	✗	✓	✓					✗	
Foros			✓				✗		✓	✓
Portales web	✗	✗	✓	✓	✗		✓	✓		✓
Blogs					✗		✗			
Wikis		✗								
Bases de datos	✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓
Software de gestión de casos	✗	✓						✓	✓	
Procedimientos automatizados										
Plataformas de e-learning			✓						✗	

✓ uso habitual ✗ uso ocasional

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Aplicación de la tecnología utilizada en la actividad cotidiana de mediación

Tecnología aplicada	Empresarial	Comunitaria	Familiar	Penal	Escolar	Salud	Ambiental	Laboral	Consumo	Administrativo
<b>Teléfono</b>	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información
<b>Móvil</b>	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información	Diálogo Información
<b>SMS</b>		Citaciones		Citaciones		Citaciones	Citaciones	Citaciones	Citaciones	
<b>Videoconferencia</b>		Habilita la mediación	Habilita la mediación	Habilita la mediación					Habilita la mediación	
<b>Correo electrónico</b>	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información	Citaciones Información
<b>Teléfono por ordenador</b>										
<b>Diálogo por ordenador</b>		Diálogo							Diálogo	
<b>Redes sociales</b>				Información			Información			
<b>Microblogging</b>					Citaciones Información		Citaciones Información			
<b>Intranet</b>		Uso interno Gestión	Uso interno Gestión	Uso interno Gestión			Uso interno Gestión		Uso interno Gestión	Uso interno Gestión
<b>FAQs</b>		Información	Información	Información			Información		Información	Información
<b>Fotos</b>			Información				Información		Información	Información
<b>Portales web</b>		Información	Información Solicitud	Información	Información Solicitud		Información Solicitud		Información	Información Solicitud
<b>Blogs</b>			Información		Información		Información			
<b>Wikis</b>		Información								
<b>Bases de datos</b>	Gestión	Gestión	Gestión	Gestión					Gestión	Gestión



Administrativo			
Consumo	Diálogo Información		Información
Laboral			
Ambiental			
Salud			
Escolar			
Penal			
Familiar			Información
Comunitaria	Diálogo Información	Solicitud Diálogo	
Empresarial			
Tecnología aplicada	Software de gestión de casos	Procedimiento automatizado	Plataformas e-learning

Fuente: elaboración propia

ámbitos y en ocasiones en tres más, y la cuarta la mensajería a través de SMS, que se utiliza regularmente en dos ámbitos y puntualmente en cinco más. En cambio, las herramientas de comunicación a través de la red (videoconferencia, teléfono por ordenador, chat, etc.) tienen un uso mucho más bajo o no se utilizan en absoluto. De cualquier forma, y a pesar de que ningún cuestionario lo ha recogido, debe señalarse la existencia de la red social que la Associació Catalana per al Desenvolupament de la Mediació i l'Arbitratge (ACDMA) ha creado en Internet, y que se define como un “espacio abierto de encuentro de profesionales de la mediación de conflictos y de personas impulsoras, estudiosas e investigadoras del tema”<sup>40</sup>. La red tiene un carácter transversal y dinámico y aglutina a más de tres cientos miembros que pueden comunicarse entre sí, divulgar actividades, crear subgrupos de intereses compartidos, etc.

Respecto a las herramientas de difusión y colaboración a través de Internet, destaca el uso habitual de portales web en cinco de los diez ámbitos (y en ocasiones en tres más) y de intranets (habituales en cuatro ámbitos y ocasional en uno más). En el caso de la mediación familiar y penal, los portales e intranets se ubican dentro de las webs del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya y suministran información y formularios<sup>41</sup>. Por su lado, algunos centros escolares ubican sus webs dentro del entorno de la Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya (XTEC) del Departament d'Educació y ofrecen información similar<sup>42</sup>. En cambio, el uso de otros entornos como los blogs, los wikis o los foros es mucho más puntual. Destacamos aquí los blogs del grupo Mediació de la plataforma e-Catalunya<sup>43</sup>. En algún otro caso se ha abierto un blog para gestionar un caso concreto, como en el ejemplo siguiente:

Para algunos casos nos ha sido útil abrir una página o una sección dentro de una página web. Esto ha permitido publicar documentos y actas de sesiones. También hemos creado puntualmente un blog para que se pudieran recoger las opiniones de las partes implicadas<sup>44</sup>.

Acerca de las herramientas de gestión, la Tabla 3 también muestra que la herramienta más utilizada son las bases de datos, que se utilizan habitualmente en siete de los diez ámbitos analizados. En cambio, el software de gestión de casos se emplea normalmente en tres ámbitos (y en un cuarto, en ocasiones). Sólo un ámbito utiliza de forma habitual una plataforma de *e-learning* (mediación familiar) para compartir experiencias profesionales y ningún ámbito hace referencia a una automatización de los casos.

Estos datos nos permiten concluir, en primer lugar, que los diferentes ámbitos de la mediación en Cataluña han

adoptado de forma gradual las tecnologías de la comunicación más habituales (teléfono fijo, móvil, correo electrónico y, en menor medida, SMS) para establecer los contactos iniciales (información sobre el proceso y su desarrollo, agenda de las sesiones, etc.) y para mantener los contactos entre los servicios, los mediadores y las partes a lo largo de todo el proceso. En cambio, el uso de la videoconferencia, la voz por ordenador o el diálogo por ordenador es muy puntual o casi inexistente, ya se trate de establecer y mantener los contactos como de habilitar propiamente un procedimiento de mediación.

En segundo lugar, constatamos el uso mucho más desigual y, en todo caso, esporádico y puntual, del resto de TICs actualmente disponibles a través de Internet (portales, redes sociales, blogs, wikis, etc.). En este sentido, la difusión de información, el trabajo colaborativo o el intercambio de experiencias entre los profesionales mediante estas herramientas tiene aún un largo recorrido, ya iniciado en algunos casos con experiencias interesantes (la citada red social de ACDMA o los grupos y blogs de mediación en el portal e-Catalunya para la gestión de los procedimientos).

En tercer lugar, diferentes ámbitos de la mediación nos han mencionado el uso de bases de datos para finalidades de gestión.

## 7 Recomendaciones

Las entrevistas realizadas y los datos recogidos nos han proporcionado un boceto del perfil tecnológico de cada ámbito de la mediación en Cataluña. A partir de aquí, las recomendaciones se dirigen no tanto a cada uno de los ámbitos en concreto (necesitaríamos muchos más datos y sobre todo trabajo de campo con los usuarios), sino a diferentes tipologías de mediación. Las recomendaciones son tanto de carácter general como específico. Finalmente, distinguiremos también entre recomendaciones para mejorar los procesos y recomendaciones que permitan dar apoyo a las actividades de mediación.

### 7.1 Recomendaciones de carácter general

La primera recomendación de carácter general es previa a la adopción de cualquier herramienta tecnológica y tiene que ver con la *existencia de protocolos, la estandarización de los procesos* y las actividades en el ámbito

de la mediación. La práctica crea los estándares y no al revés. Por lo tanto, antes de adoptar una nueva tecnología, la práctica tiene que haber permitido decantar protocolos de actuación y que al menos algunos procesos se lleven a cabo de forma estandarizada.

En segundo lugar, la *adopción de la tecnología tiene que ser gradual y en función de las necesidades concretas de los usuarios*. Así pues, se recomienda prudencia y cuidado a la hora de introducirla. Las grandes inversiones que prometen una automatización acabada de los procesos sin tener en cuenta estas necesidades ni diseñar soluciones a medida corren el riesgo de quedar muy por debajo de las expectativas iniciales y de comprometer la satisfacción de necesidades futuras.

En consecuencia, proponemos la adopción gradual de tecnologías para la mediación con una secuenciación concreta:

1. Documentación: formularios de descripción del caso inicial, crónica del proceso y documentación del resultado final.
2. Base de datos con garantías fuertes de seguridad y confidencialidad (*case management systems*)
3. Sistemas que apoyen el seguimiento administrativo de cada caso (*flow management systems*)
4. Medios que apoyen a las actividades del mediador y de algunos subprocessos (comunicación con las partes, ofertas anónimas, caucus, etc.).
5. Si la mediación tiene un fuerte componente cuantitativo, valorar la incorporación de herramientas del tipo Family Winner o Cybersettle.

En tercer lugar, cualquier tecnología que decidamos adoptar debe tener en cuenta los principios básicos que inspiran a la mediación: confidencialidad, neutralidad, imparcialidad. Además, los sistemas deben tener suficiente robustez para garantizar la persistencia y observabilidad del proceso, particularmente en las tareas de supervisión o co-mediación. La tecnología debe adaptarse al grado de formalización y especificación de estos principios (i.e. mediación de consumo, sanidad, familiar, etc.).

En cuarto lugar, y de cara al futuro, hay que valorar también la adopción de tecnologías que faciliten la interoperabilidad de los sistemas. Por un lado, porque hay muchos conflictos con componente transnacional que pueden requerir la compatibilidad con servicios de mediación de otros países. Y por otro, porque estamos en

un proceso de elaboración gradual de un marco regulador europeo en que las directivas, recomendaciones y los estándares de *soft law* marcarán la pauta también en lo que a los requerimientos tecnológicos de los sistemas se refiere.

## 7.2 Recomendaciones de carácter específico

1. Cada tipo de mediación tiene que identificar cuáles son sus necesidades (si se orientan a mejorar los procesos o a asistir las actividades del mediador y las partes, o ambas cosas) y establecer qué funcionalidades le serían más útiles. En los casos en que los servicios de mediación están más estandarizados y el número de mediaciones es elevado (i.e. consumo) tiene sentido pensar por ejemplo en herramientas de documentación de los casos y negociación automática (tipo eBay – PayPal).
2. Es importante sistematizar y conservar electrónicamente la documentación de los datos referentes a los casos de mediación. Esto permitirá desarrollar: (i) estadística fiable; (ii) estudios sociales; (iii) análisis sistemáticos; (iv) adecuación posterior de las prácticas. A la vez hay que asegurar la confidencialidad, la fiabilidad y la riqueza de los datos.
3. Si es conveniente y práctico desde el punto de vista de la administración y gestión del conflicto y con la finalidad de mejorar la intervención, los formularios en línea pueden resultar de mucha utilidad. El propósito, no obstante, no debe consistir exclusivamente en recoger datos estadísticos, sino en ofrecer una mejor atención a las partes. Ahora bien, el diseño de un formulario de este tipo no es sencillo, y hay que tener en cuenta que puede costar mucho llegar a un buen formulario que recoja todo el espectro de posibilidades. Por lo tanto, es el resultado de un trabajo previo de conceptualización.
4. En ámbitos en que la tipología del conflicto puede ser muy variada (i.e. mediación familiar, mediación comunitaria), un área de oportunidad importante es la tipificación de los conflictos o la identificación automática de la tipología de casos para facilitar su diagnóstico, la derivación y el tratamiento posterior.
5. Hay ámbitos de mediación multiparte (i.e. comunitaria, medioambiente y laboral) donde pueden utilizarse herramientas sofisticadas de agregación de opiniones y negociaciones multiparte. Aquí no

se trata necesariamente de comprar herramientas informáticas muy costosas, sino de ver cómo estas herramientas organizan los procesos y cómo se podrían adaptar a las necesidades concretas de los usuarios de cada ámbito. Valorar también la incorporación de herramientas de la Web 2.0 que permitan trabajar en formatos estándar y mejorar otras búsquedas en bases de datos, el intercambio de información, etc.

6. Es importante impulsar la formación de los mediadores en las herramientas de mediación en línea, ya que les habilitarán nuevos escenarios y formas de interacción. En este sentido, hay que ofrecer un panorama general de posibilidades sin menospreciar las herramientas más sencillas (i.e. el e-mail o el SMS) que están al alcance de todos y, además, tienen una curva de aprendizaje muy baja. Hay que promover también el uso creativo de estas herramientas.

## 8 Conclusión

Este capítulo ha recogido el estado actual de la investigación en tecnologías para la mediación y la resolución de conflictos que el equipo de mediación y tecnología (ET11) ha realizado en el marco del Libro Blanco. En primer lugar, hemos delimitado el ámbito de los ODR (*Online Dispute Resolution*) distinguiéndolo de los ADR (*Alternative Dispute Resolution*) y de los denominados DSS (*Decision Support Systems*) y NSS (*negotiation support systems*). Hemos descrito a continuación los procedimientos y servicios actualmente existentes en el ámbito de los ODR, y hemos proporcionado un estado del arte que refleja el panorama actual de las tecnologías, los procesos y los productos actualmente existentes en el mercado. La segunda parte de la investigación ha consistido en identificar un perfil tecnológico básico de cada ámbito de la mediación en Cataluña que sea útil para los mediadores y responsables de los servicios cuando se trate de valorar qué tecnologías son susceptibles de ser incorporadas en un futuro próximo. Esta parte también incluye unas recomendaciones finales sobre la adopción de tecnologías de apoyo al proceso y a las partes de la mediación. Finalmente, una parte significativa de la investigación se ha concentrado en el desarrollo del prototipo LLB, un prototipo de sistema de apoyo a la mediación (tanto en lo que se refiere a la gestión del proceso como a las partes que intervienen en

su transcurso). A pesar de que este prototipo aún no es aplicable a procesos reales de mediación, constituye la base para una especificación funcional posterior (a partir de las necesidades de cada ámbito) y el núcleo de un sistema totalmente operativo.

La conclusión principal que extraemos de nuestra investigación es que las diferentes tecnologías de ODR descritas y analizadas constituyen una herramienta imprescindible para desarrollar servicios de mediación públicos y privados más accesibles y eficientes. Sin duda, las tecnologías para la mediación también permiten introducir mecanismos flexibles y de menor coste tanto para los ciudadanos y las empresas como para las instituciones y las administraciones públicas. Los servicios de mediación en Cataluña en este sentido tienen mucho campo por correr y muchas posibilidades de innovar.

## 9 Bibliografía

- Barona Vilar, S. (1999). *Solución extrajudicial de conflictos, alternative dispute resolution (ADR) y derecho procesal*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Barrett, J. T. (2004). *A History of Alternative Dispute Resolution: The Story of a Political, Cultural, and Social Movement*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Berger, K. P. (2006). *Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, Mediation, Arbitration*. The Hague: Kluwer Law International.
- Blanco Carrasco, M. (2005). *Mediación y Consumidores*. Madrid: Instituto Nacional del Consumo.
- Bogdanovych, A.; Simoff, S.; Esteva, M. (2008). Normative Virtual Environments: Integrating Physical and Virtual under the One Umbrella”, *Third International Conference on Software and Data Technologies (IC-Soft 2008)*, Porto (Portugal): 233-236.
- Bonnet, V.; Boudaoud, K.; Gagnebin, M.; Harms, J.; Schultz, T. (2004). Online Dispute Resolution Systems as Web Services. *ICFAI Journal of Alternative Dispute Resolution*, Vol. 3. Disponible en SRN: <http://ssrn.com/abstract=899107>.
- Casanovas, P.; Poblet, M. (2008). Concepts and fields of relational justice. En Casanovas P.; Sartor, G.; Casellas, N.; Rubino, R. (Eds.) *Computable Models of the Law*, Berlin - Heidelberg: Springer Verlag.
- CEN (2009). *Workshop Agreement on Standardisation of Online Dispute Resolution Tools*. CWA 16026, Nov. 2009. Disponible en: <http://www.cen.eu>
- Comisión Europea (1998). Recomendación de 30 de marzo de 1998 relativa a los Principios Aplicables a los Órganos Responsables de Resolución Extrajudicial de los Litigios en Materia de Consumo (1998 (98/257/CE).
- Comisión Europea (2001). Recomendación de 4 de abril de 2001 relativa a los Principios Aplicables a los Órganos Extrajudiciales de Resolución Consensual de Litigios en Materia de Consumo (DOCE 109/56 de 19.04.2001 (2001/310/CE).
- Comisión Europea (2002). Libro Verde sobre las Modalidades Alternativas de Resolución de Conflictos en Materia Civil y Mercantil, Bruselas, 19 de abril de 2002, COM (2002) 196 final.
- Conley Tyler, M. (2003). Seventy-six and Counting: An Analysis of ODR Sites. En Katsh, E.; Choi, D. (Eds.) *Online Dispute Resolution: Technology as the "Fourth Party"*. *Proceedings of the UNECE Second Forum on Online Dispute Resolution*. UNECE. Center for Information Technology and Dispute Resolution, University of Massachusetts. Disponible en <http://www.odr.info/unece2003/pdf/Tyler.pdf>
- Conley Tyler, M. (2004). 115 and Counting: The State of ODR 2004. En Conley Tyler, M.; Katsh, E.; Choi, D. (Eds.) *Proceedings of the Third Annual Forum on Online Dispute Resolution*, Melbourne, Australia, 5-6 julio 2004. Disponible en <http://www.odr.info/unforum2004/ConleyTyler.htm>
- Consumers International (2001). *Disputes in Cyberspace 2001: Update of Online Dispute Resolution for Consumers in Cross-border Disputes*. Consumers International Office for Developed and Transition Economies. Disponible en [www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org)
- Esteban de la Rosa, G. (2005). Irrupción del movimiento ADR (alternative dispute resolution) en las relaciones transfronterizas. *Revista de la Corte Española de Arbitraje XX*: 89-115.
- Fernández Rozas, J. C. (2007). Derecho de los negocios internacionales. En Fernández Rozas, J. C.; Arenas García, R.; De Miguel Asensio, P.A. (Eds.) *Derecho de los negocios internacionales*, 1ª ed. Madrid: IUSTEL.
- Flores, F.; Graves, M.; Hartfield, B.; Winograd, T. (1988). Computer Systems and the Design of Organizational Interaction. *ACM Transactions on Information Systems (TOIS)*, Vol. 6 (2):153-172.

- Gibbons, LL. J. (1998). Rusticum judicium, private courts enforcing private and public rights: Regulating virtual arbitration in cyberspace. *Ohio Northern University Law Review*, Vol. 24: 769.
- Hammond, A.G. (2003). How do you write 'Yes?': A study on the effectiveness of online dispute resolution. *Conflict Resolution Quarterly*, Vol. 20(3): 261-286.
- Holsapple, C.W.; Whinston, A.B. (1996). *Decision Support Systems: A Knowledge-Based Approach*, West Publishing, St. Paul.
- Katsh, E., Rifkin, J. (2001). *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Kaufmann-Kohler, G. (2004). *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice*. The Hague [etc.]: Kluwer Law International : Schultess.
- Keen, P.G.W. (1978) *Decision support systems: an organizational perspective*. Reading, Mass: Addison-Wesley Pub. Co.
- Kersten, G.E.; Lai, H. (2007). Negotiation Support and E-negotiation Systems. An overview." *Group Decision and Negotiation*, Vol. 16: 553-586.
- List, C. Judgment Aggregation: A Short Introduction (en prensa). En Maki, U. (Ed.) *Handbook of the Philosophy of Economics*. Ámsterdam: Elsevier.
- Marchal Escalona, N. (2004). Los mecanismos de solución extrajudicial y las controversias laborales internacionales. *Revista Española de la Corte de Arbitraje*: 95-124.
- Moore, C. (1996). *El proceso de mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos*. Trans. Aníbal Leal. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica, S.A.
- OCDE (2006). *Consumer Dispute Resolution and Redress in the Global Marketplace*. París: OCDE.
- Paz Lloveras, E. (2002). *Libro blanco sobre mecanismos extrajudiciales de solución de conflictos. proyecto i-confianza: Autorregulación y sistemas extrajudiciales off-line y on-line de solución de conflictos para entornos de comercio electrónico*. Madrid: AENOR.
- Poblet, M.; Casellas, N.; Torralba, S.; Casanovas, P. (2009b). Modelling Expert Knowledge in the Mediation Domain: A Mediation Core Ontology. En Casellas, N.; Francesconi, E.; Hoekstra, R.; Montemagni, S. (Eds.) *Proceedings of the 3rd Workshop on Legal Ontologies and Artificial Intelligence Techniques* (LOAIT2009). Barcelona: IDT Series volumen 2, 8 de junio, 19 – 28.
- Poblet, M.; Noriega, P.; López de Toro, C.; Suquet, J. (2009a). ODR y mediación en línea: Estado del arte y escenarios de uso. En Casanovas, P.; Díaz, L.; Magre, J.; Poblet, M. (Eds.) *Materiales del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña*. Barcelona: Generalitat de Cataluña: 159-169.
- Poltrick, S.; Grudin, J. (1999). CSCW, Groupware and Workflow: Experiences, State of Art, and Future Trends, CHI '99 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, 15 -20 mayo, Pittsburgh, Pennsylvania
- Premsky, M. (2001a). Digital natives, digital immigrants. Part I. On the Horizon, Vol. 9(5), 1-6. Disponible en <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Premsky, M. (2001b). Digital natives, digital immigrants. Part II: Do they really think differently? On the Horizon, Vol. 9(6), 1-6. Disponible en <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf>
- Redorta, J. (2007). *Cómo Analizar los Conflictos. La Tipología de Conflictos como Herramienta de Mediación*. Barcelona: Paidós.
- Rule, C. (2002). *Online Dispute Resolution For Business: B2B, eCommerce, Consumer, Employment, Insurance, and other Commercial Conflicts*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Schultz, T. (2002a). Online Dispute Resolution: an Overview and Selected Issues. United Nations Economic Commission for Europe Forum on Online Dispute Resolution, Ginebra, 6-7 junio. Disponible en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=898821>
- Schultz, T.; Kaufmann-Kohler, G.; Langer, D.; Bonnet, V. (2001). Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues, E-Com Research Project of the University of Geneva, Ginebra.
- Schultz, T.; Bonnet, V.; Boudaoud, K.; Kaufmann-Kohler, G.; Harms, J. Langer, D. (2002b). "Electronic Communication Issues Related to Online Dispute Resolution Systems", Proc. WWW2002 – The Eleventh International World Wide Web Conference – Alternate Track CFP: Web Engineering, Honolulu, Hawai, 7-11 mayo. Disponible en <http://www2002.org/globaltrack.html>.

- Sprague, R.M.; Carlson, E.D. (1982). *Building Effective Decision Support Systems*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Suquet Capdevila, J. (2010). Online dispute resolution (ODR): Una visión jurídica del estado del arte tecnológico. *Revista Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje*, Cuaderno 1, Tomo XXII: 57-80.
- Suquet Capdevila, J. (2010). Proveedores y servicios de Online Dispute Resolution (ODR). En Barral, I., Lauroba, M<sup>a</sup>.E.; Viola, I. (Eds.) *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña*. Barcelona: Generalitat de Catalunya (en prensa).
- Thiessen, E. M. (1993). *ICANS: An Interactive Computer-Assisted Multi-party Negotiation Support System*. Tesis doctoral defendida en School of Civil & Environmental Engineering, Cornell University, Ithaca, NY.
- Traesch, B. A.; Ferrali, L. (2007) Mediateurdunet: Case Study of an ODR success in France. En Lodder, A.; Rule, C.; Zeleznikow, J. (Eds.) *Proceedings of 4th International Workshop on Online Dispute Resolution in conjunction with the 11th International Conference on Artificial Intelligence and Law (ICAIL)*, Palo Alto, EE.UU. 18 de junio. Disponible en: <http://www.odr.info/proceedingsODRWORKSHOP2007.pdf>.
- Wilson, P. (1991). *Computer Supported Cooperative Work: An Introduction*. Ámsterdam: Kluwer Academic Publishers.

## Anexo: Prototipo de un Sistema Genérico de Apoyo a la Mediación

*Pablo Noriega, Carlos López de Toro, René Montero, Héctor Pérez Martínez.* Institut d'Investigació en Intel·ligència Artificial. Consejo Superior de Investigaciones Científicas

### 1 Introducción

En este anexo se describe la funcionalidad que puede tener un prototipo de sistema de apoyo a la mediación; en particular, de qué forma un sistema de este tipo puede apoyar tanto la gestión del proceso, como a las partes que intervienen en su transcurso. Al ser un prototipo, no pretende ser utilizable en procesos reales de mediación, aunque sí puede ser la base para una especificación funcional y el núcleo de un sistema totalmente operativo.

Haremos una presentación detallada del prototipo LLB después de hacer una breve explicación de lo que entendemos por un sistema genérico de mediación, de precisar los alcances de este prototipo y comentar superficialmente dos versiones de LLB que están operativas<sup>45</sup>.

### 2 ¿Qué entendemos como sistema de mediación?

Un sistema de apoyo a la mediación, como se entiende aquí, es un sistema informático interactivo que opera de

acuerdo a una serie de convenciones que, en su conjunto, tienden a facilitar la mediación. Estas convenciones afectan al procedimiento que se tiene que seguir para llegar a un acuerdo mediado, así como las características de la información que los participantes aportan al sistema y la que éste produce a partir de ellas para que el sistema garantice un balance aceptable entre transparencia y protección de la privacidad para las partes. Finalmente, el sistema debe operar en unas condiciones que den sustento a los actos que se den durante el proceso de mediación, así como a las consecuencias de éstos.

Las condiciones que afectan al procedimiento son las que se suelen expresar de una forma más precisa en la descripción de un sistema de apoyo a la mediación, pues están directamente vinculadas a la programación del sistema, mientras que las convenciones sobre la información tienen además un componente empírico que depende del contexto organizacional en el que operará el sistema.

Las convenciones que dan valor y certidumbre pragmática a una mediación realizada utilizando este sistema,

## 2.3. Actors of Online Dispute Resolution: Services and Providers

### 2.3.1. Introduction

Chapter 2.3 aims at situating online mediation within the framework of other ODR services.<sup>1</sup> It does so by presenting some concrete examples of ODR services by well-known providers of ODR. Today, the practice shows that ODR providers offer a wide array of services. Sometimes typical ADR services are offered as a stand-alone solution, and thus a provider may offer negotiation, mediation, recommendation or adjudication (arbitration) services. Other times ADR/ODR providers offer intermingled services because they may provide a combination of services to the disputing parties, ranging from less formal and binding to more determinative and binding services. In fewer occasions, parties may be able to choose between the ODR services offered by a provider. Thus, ODR services may represent those typical ADR services assisted by technology but also more IT-oriented services such as assisted negotiation and automated negotiation. In fact, much work has been done in the computer science domain for developing computer systems that support ADR services. For instance, Negotiation Support Systems (NSS) aim at informing disputants about the progress that is being made towards a solution of a conflict, and Negotiation and Decision Support Systems (NDSS) are also capable of providing a decision support aspect to the parties.<sup>2</sup> Moreover, the interest of computer science for developing systems to support the parties in an agreement, and to see how these systems can replace humans, has emerged in the form of a new field of study: Agreement Technologies is a new discipline of Artificial Intelligence that is concerned with the theory and practice of computer systems that can make agreements on behalf of humans having different

---

<sup>1</sup> Chapter 2.3 has been built upon a previous Spanish version, which appeared as Chapter 20 in the Legal Materials of the White Book on Mediation in Catalonia. J. SuquetCapdevila (2011), "Proveedores y servicios de Online Dispute Resolution (ODR)", in Lauroba, E; Barral, I; Viola, I, *Materiales Jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña*, Barcelona, Generalitat de Catalunya: Centre d'Estudis Jurídics i Especialitzats. p 287-300. The Spanish version of this study was ended in March 2010. Updating information tasks ended in March 2013.

<sup>2</sup> Emilia Bellucci and John Zeleznikow. 'Developing negotiation decision support systems that support mediators: A case study of the Family Winner system' (2005) 13(2) *Artificial Intelligence and Law* , 233.

conflicting interests.<sup>3</sup> This emerging discipline can affect a great deal the current field of ODR because consumers and companies may be supported by software components of different degree that represent their human interests.

ODR remain a highly unstable area and the number of ODR providers has not fully expanded. Some of the ODR providers that existed a while ago have adapted its activities and now offer different services; some have ceased their activities. Today, ODR is present internationally. In many parts of the globe there are examples of dispute resolution entities offering various dispute resolution services while assisted by technology in some degree. While providing a basic theoretical approach to ODR services, this work wants to highlight its practical vision because it has selected some of the ODR providers that have more relevance in the so-called "market of conflicts."<sup>4</sup> Some of the most remarkable ODR providers are analysed herein: some are located in the United States (EBay and Cybersettle), Europe (Ecodir and The Mediation Room) and Australia (Family Winner and Asset Divider).

In Spain, nevertheless, the provision of ODR services is still in its infancy. Beyond public entities, which are not covered here, there are private organizations that offer alternative dispute resolution (ADR) services; some of these examples show that they have not explored the potentialities of IT and are not aware of the benefits that technologies may pose to these services. The use of technology devices by these entities is scant. While some of these entities may use basic asynchronous communication technology tools such as emails or electronic web forms, the use of more dedicated devices such as videoconferencing is less employed.<sup>5</sup> Two examples are also shown below.

### **2.3.2. Assisted negotiation**

---

<sup>3</sup> Michael Wooldridge, 'Foreword' in Sascha Ossowski (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013) vii.

<sup>4</sup> This term is used by Klaus Peter Berger, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006), 17.

<sup>5</sup> For an analysis of the Consumer Arbitration Scheme see the introductory chapter and chapter 3.



In a negotiation process, the parties negotiate between themselves the resolution of a conflict, without the intervention of a third person that assists them. The implementation of technology to a negotiation process, referred to as technology facilitated negotiation, enhanced negotiation or simply assisted negotiation broadly refers to IT devices that are offered to negotiating parties so that they can improve their ability to reach a solution.<sup>6</sup>

IT may assist negotiating parties in several ways: it can act as a filtering tool for the presentation of information by both the claimant and the respondent. As the following example shows, this may be good for the parties who are required to describe their claim and counterclaim, which for instance leads the claimant to reflect before presenting information that may be inadequate. This may also be good for the ODR provider because further to requiring a standardisation effort of potential conflicts, the claims received may be easier to be solved or to be sent to the corresponding provider, secretariat or third party. Moreover, assisted negotiation may also be understood as regards the provision of communication tools such as emails, videoconferences, discussion boards, etc to the use of the disputing parties. More sophisticated services relating to case management, when offered to negotiating parties, might be also considered as assisted negotiation tools. The following lines show one of the most remarkable examples of assistance negotiation in Internet.

The well-known Internet auction house eBay has an internal dispute resolution process based on assisted negotiation.<sup>7</sup> eBay has standardised complaints and provide slightly different procedures for buyers and sellers. Buyers may have not received the item (item not received); or may have received an item that doesn't match the seller's description. Sellers may have not received the payment for the product (unpaid item cases). Indeed, the system filters the controversy displaying questions and answers such as "what do you do when you do not receive an item or it is very different from its

---

<sup>6</sup> For instance, Colin Rule, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002), 29; Orna Rabinovich-Einy. 'Going Public: Diminishing Privacy in Dispute Resolution in the Internet Age' (2002) 7 *Virginia Journal of Law and Technology*, Vol. 7, Summer 2002, 29; Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004), 14.

<sup>7</sup> eBay operates internationally through various societies, in the case of users resident in any country of the European Union, the conditions of use require that you sign a contract with eBay Europe S.à rl, a company based in Luxembourg. For all other users will sign a contract with classic eBay International AG, based in Switzerland. <http://www.ebay.es> (Last accessed March 2013).

description" or "what to do when a buyer does not pay (proceedings for unpaid item)" so that the controversy is more solvable. Thus, the buyer or seller in a transaction selects the problem that happens and the process continues.

All these procedures impose the obligation to the claimant to first contact the counterparty. The buyer has an option to view information tracking purchases and contact the other party via email or request contact information to get in touch with the seller by phone. After contacting the seller, the buyer that has not received an item or has received an item that doesn't match the seller's description can open an eBay buyer protection case in the Resolution Centre after 7 days of making payment. Then eBay gives 7 more days to the parties to negotiate, and after this period has expired without an agreement, the buyer can escalate the dispute to the customer support that may take a decision on the case. The Customer Support will review the case and can determine to make a full refund to the buyer.<sup>8</sup>

A seller that has not received the payment can open an Unpaid Item Case in the Resolution Center and contact the trading partner (from 2 days or up until 32 days). Then, eBay contacts the buyer and gives him 4 days to send a payment after the case is opened. If the buyer does not pay, the seller needs to manually close the case in the Resolution Center within 36 days after the listing ended. Then, he will receive a final value fee credit available for the next time he auctions a good in eBay or may require a refund of his credit; and an unpaid item record will be displayed on the buyer's account. eBay can also act upon a seller's Power Seller level.<sup>9</sup>

If the seller does not close the case by himself, eBay automatically closes it. This leads to the eBay do not crediting the seller with a final value fee and once the case is closed, the seller cannot reopen it. Moreover, the seller can also set the Unpaid Item Assistant that automates the process of opening and closing unpaid item cases.

---

<sup>8</sup> However, it should be noted that if the purchase is made through Paypal, it should be opened a case before the Paypal conflict resolution centre (although eBay and Paypal form part of the same corporate entity). <http://pages.ebay.es/help/buy/paypal-buyer-protection.html> (Last accessed March 2013).

<sup>9</sup> The program "PowerSellers" recognizes those sellers within the eBay community that enjoy a significant volume of monthly gross sales and a high percentage of positive votes.

Moreover, it is important to stress that the reputation and voting system within eBay may be also considered as a sanction when a user does not behave properly. Contrarily, it might be a positive aspect when a user does behave properly. Similarly to other Internet communities or forums,<sup>10</sup> users in eBay recognize each other according to their level of experience and reliability. In this way, discontent buyers and sellers have the option of negatively rating their counterparts. These ratings can eventually affect the trust that others may have as regards other users. The buyer and seller of each transaction can be respectively measured by a vote and a brief anonymous comment. A positive vote adds one point to the feedback score, a negative feedback subtracts one point and a neutral feedback does not influence the feedback score.<sup>11</sup>

eBay employs a number of functionalities related to process monitoring. It determines the phases and the timing of actions that parties have to undertake depending on the phase of the process. The technological system may also record the cases and implement communication mechanisms, mainly based on online forms and emails.<sup>12</sup> Accordingly, eBay's technology undertakes a facilitative role although it can escalate into a determinative role.<sup>13</sup>

### 2.3.3. Automated negotiation

---

<sup>10</sup> For example, forum online dictionaries such as <http://www.wordreference.com> users can rate the quality of the posts of other users (in a positive, negative or neutral). In addition, forum users are distinguished by their level of experience, e.g., such as senior or junior members. (Last accessed March 2013).

<sup>11</sup> As votes are accumulated, users can get different coloured stars (10 points provided a yellow star) go to silver shooting star that is achieved when the score exceeds 1,000,000 points. Thus, along with user pseudonym appears positive feedback percentage is calculated based on the total number of positive and negative transactions that ended the last 12 months.

<sup>12</sup> As regards the technological functionalities in ODR, see Marta Poblet and others, 'ODR i mediació en línia: estat de l'art i escenaris d'ús' in Pompeu Casanovas and others (ed), *Materials per al Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya*: (Colecció Justícia i Societat, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009) 157, 160-161.

<sup>13</sup> According to the terminology adopted by the Comité Européen de Normalisation, in a facilitative model, the parties receive assistance in reaching an agreement on the resolution of the dispute, and in general no particular outcome is recommended by the dispute resolver, nor is any determination of the outcome imposed. In an advisory model, an impartial third party issues a recommendation that is not binding to the parties, and which establishes a possible solution to the conflict. Finally, in a determinative model process, the dispute is evaluated, the facts are documented and the impartial third party provides a solution that is binding on the parties. Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009) . Accessible at [ftp://cenftp1.cenorm.be/PUBLIC/CWAs/STAND-ODR/CWA16026\\_STANDODR.pdf](ftp://cenftp1.cenorm.be/PUBLIC/CWAs/STAND-ODR/CWA16026_STANDODR.pdf) (Last accessed March 2013).

In addition to IT that assists the parties so that they may easily reach an agreement by themselves, there is currently different technology software that can also decide whether or not a case settles. In these cases, the technology presents a determinative role. The doctrine has named it automated negotiation, automated arbitration, or alternatively blind-bidding negotiation as offers are kept secret for the parties.<sup>14</sup>

In cases like these, the parties seeking to solve an economic controversy are supported with the help of a computer program. This program automatically notifies the final monetary amount that is binding to both parties and, therefore, solves the controversy. In these systems, the parties agree, first, a submission to the computer system and, secondly, an economic margin. Thus, the parties may initiate several rounds of negotiations by offering their respective prices. Thus, if party A offers 10,000 and party B requests 11,000 and the parties have previously established a margin of 1,000, the system resolves the dispute by dividing the net and subtracting it with equal parts: A will pay 9,500 and B will receive 10,500. Automated negotiation is particularly suitable for disputes being exclusively pecuniary and less suitable for disputes with other issues that cannot be easily measured.

Cybersettle was the first example of automated or blind-bidding negotiation. It has had a great success in providing robust negotiation technology with a high profile of organisations that have implemented this software.<sup>15</sup> The entity has a customer support centre with telephone and online access at any time. Moreover, parties may request the assistance of a neutral third party, a facilitator to assist them in a dispute. In Cybersettle, the parties have the possibility of three rounds or tenders. However, if the system completes the three rounds and has not found a medium amount of transaction, the negotiations terminate. In this case, neither party will know the bids made by the other party because all information is strictly confidential. Cybersettle

---

<sup>14</sup> Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts' , 47; Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' , 5.

<sup>15</sup> Entities using Cybersettle included the New York City Hall, or the companies Walmart, General Electric or Zurich Insurance. For instance, according to sources within the City of New York, using Cybersettle has saved in 2009 New York City \$94 Million in settlement costs. <http://www.cybersettle.com/news/24-news-title-3> (Last accessed March 2013).

was specifically designed to be used by representatives of the parties, not by the parties themselves. Currently, its web page does not report the cost of the service.<sup>16</sup>

Another example of automated negotiation services provider is Cognicor, a start-up company devoted to providing front-end customer conflict resolution services.<sup>17</sup> Through agents or components, Cognicor issues a case-based reasoning resolution. Case-based reasoning technology allows the system to learn and reason about the complaints clients make, while finding and adapting resolutions that solved similar complaints previously.<sup>18</sup> Here, algorithms are capable of learning from previous complaints; using natural language processing they extract information from previous complaints and propose a solution for the new dispute. Currently, the resolution is monitored by a human person that controls it, although in the near future this will be a fully automated process. It is intended to be used as a support complaint management system, installed in the client's interface.

Family Winner and Asset Divider are two most remarkable, interest-based, Negotiation Decision Support Systems (NDSS) implemented in the field of family Law, in Australia. Whereas primarily Negotiation Support Systems (NSS) aimed at informing disputants about the progress that is being made towards a solution of a conflict, NDSS are also capable of providing a decision support aspect to the parties. In these systems, the software decides the final amount of a conflict.<sup>19</sup> Rather than merely providing a decision on economic terms, these programs are also capable of applying functions to interpret the goals, wants and needs of the parties to provide advice on how disputes can be settled.<sup>20</sup>

These programs work through a series logarithms that attribute to each of the disputants the items at stake. This is not only referred to by the intrinsically value of the goods: each of the parties attributes a certain value to the items. For instance, parties may rank differently controversial issues such as the house, car or children's

---

<sup>16</sup> [www.cognicor.com](http://www.cognicor.com) (Last accessed March 2013).

<sup>17</sup> There is much technological innovation in the conflict resolution area. Picture it Settled has developed software to help negotiations analyze their positions and develop successful negotiation strategies. It has issued the Settlement Prophet feature. <http://www.pictureitsettled.com/> (Last accessed March 2013).

<sup>18</sup> Stella Heras and others, 'Arguing to Support Customers: The Call Centre Study Case' in Sascha Ossowski (ed), *Agreement Technologies* (Springer 2013) 511, 511

<sup>19</sup> Emilia Bellucci and John Zeleznikow, 'Developing negotiation decision support systems that support mediators: A case study of the Family Winner system', 233.

<sup>20</sup> *ibid*, 239

custody. Thus, the disputing parties must give a value to each of the controversial items ranging from 0 to 100, with a maximum score of the total assets of 100. In this way, it forces the parties to set priorities of the different disputing items and symbolizes how valuable is each item for each party. Moreover, this score is essential because the program attributes the asset to the party that has rated it higher. Once the program assigns an asset to a party, the ratios of other assets are modified in accordance with a compensation system. This compensates the party that has not received an asset, which was considered as valuable or to the party that has received an asset that the party did not consider as highly valuable.<sup>21</sup>

For its part, the Asset Divider program includes, further to the ratio of the interests of the parties, a monetary value for each asset that the parties have agreed beforehand. Also before using the program, the parties must set the percentage split from the common pool that each party should receive. If, after the allocation of assets, a party obtains goods worth less than the percentage split, Asset Divider provides this party a monetary amount to be paid in return.<sup>22</sup>

#### **2.3.4. Negotiation, Mediation and Recommendation three-step model**

A dispute resolution entity can provide traditional ADR services such as negotiation, mediation or arbitration services as a stand-alone solution. Perhaps due to normative constraints or because of the entity's own policy, an entity can provide mediation or arbitration services. Yet, it is quite common for an ADR entity to provide successive services, and thus, offering the parties diverse ADR mechanisms, from less formal and less binding to more formal and advisory or determinative processes. For instance, in Spain the institutionalized Consumer Arbitration Scheme provides a first mediation phase and a subsequent arbitration phase whereby an arbitrator dictates an award that is binding on both parties.<sup>23</sup> In addition, parties may include submission-like

---

<sup>21</sup> *ibid*, 248.

<sup>22</sup> Emilia Bellucci, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' in Marta Poblet, Uri Schild and John Zeleznikow (eds), *Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009): a Post conference Workshop at the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law* (Huygens 2009) 55-69, 64.

<sup>23</sup> See Real Decreto 231/2008, por el que se regula el sistema arbitral de consumo. (BOE núm. 48, de 25 de febrero de 2008).

clauses that set up that should a problem originate, they shall attempt to resolve any dispute arising out of or relating to the contract through negotiations, and if the negotiations fail, the parties shall attempt to resolve the dispute through the assistance of a mediator. Finally, if the matter has not been resolved by mediation within a period of time, the dispute shall be referred to arbitration by any party.

One of the most remarkable examples of a three-step process has been for years Ecodir. Ecodir (Electronic Consumer Dispute Resolution) is an ODR platform whose scope of application include online conflicts where at least one party is a consumer (B2C and C2C disputes).<sup>24</sup> Developed by an international consortium with financial support from the European Commission, among its main objectives are to implement a platform for the online cross-border online dispute resolution the use of which was free.

The process is divided into the provision of negotiation, mediation and recommendation in three successive phases.<sup>25</sup> In the first phase, the system invites the parties to use the technological devices in the platform to assist them in reaching an agreement by themselves, otherwise the system appoints a mediator to assist the parties. If no agreement is achieved with the intervention of a mediator, the third party initiates a third phase, where the third party issues a recommendation to the parties that is non-binding to the parties unless they expressly agrees on its binding character. Thus, the Ecodir platform adopts in the beginning a facilitative role and later adopts an advisory role.

The basic procedural notes are the following: The negotiation starts when the consumer run a claim through the electronic form of the platform and make a proposition of solution required. Then, Ecodir issues an invitation to the counterparty to begin negotiations (within 7 days). Both sides have 18 days (from the creation of the record) to negotiate a settlement of the dispute. If both parties agree, the system automatically generates an agreement. After this time is reached without agreement, the system sends a message inviting the parties to the mediation process or to

---

<sup>24</sup> See <http://www.ecodir.org> (Last accessed March 2013).

<sup>25</sup> Another example of a three-step process was provided by the quality seal system of MARS (Mediation Arbitration Resolution Services). This scheme allowed bringing a complaint to an entity in three successive phases of negotiation, mediation and arbitration. However, this website has today ceased to exist. For an overview on the resolution of disputes in the international trade, Klaus Peter Berger, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.', 48.

terminate the process. If both parties agree to initiate the mediation process, the Ecodir's administrative secretariat appoints a mediator and the parties are automatically notified. The mediator is given access to the secure website where he can analyze the proposals of each of the parties and the arguments given in the negotiation phase. Finally, if parties do not accept a common solution within 15 days of initiating the mediation phase, the recommendation phase begins. In this phase, the mediator has four days to make a recommendation that might be approved by the parties in a period of 7 days.

From the point of view of the technological functionalities, Ecodir has various communication mechanisms: on the one hand, Ecodir supports an electronic web form where the consumer claimant can commence proceedings. On the other hand, it implements a secure private web space shared by the parties and the mediator. In addition, it implements an automated notification system that notifies the parties about the different stages of the process and that requires them to perform different acts of the process such as an invitation to negotiate or to initiate a mediation phase, informing about the appointed mediator or informing about the recommendation phase. Moreover, further to monitoring the various stages of the process the system records the acts undertaken by the parties.

### **2.3.5. Online Mediation**

The use of technology may contribute that a dispute dealt with in a mediation process solves more effectively and quickly. Online mediation can be conducted with the support of asynchronous communication means such as online complaint forms, emails or chats. Synchronous communication means such as videoconferences are also employed, even if they are bandwidth consuming. There are also web-based online mediation platforms specifically devoted to providing online mediation services. These platforms may focus on either communication or case management tools or include both aspects. Case management can be specifically supported by diverse modules that can be provided by the online mediation provider or by other technological entities that may include a wide array of topics such as issue analyses, case intake or agreement creation. Communication by the parties can be supported by other



modules such as facial recognition systems. The near future will surely contribute to increase this list.

Currently, there are various business models determining how parties, mediators and institutions may use an online mediation platform. There may be online mediation providers offering the services of an online mediation platform under a licence contract or on a pay-per-use basis, and it is up for the ODR provider to determine in what cases it is better using one or the other business models. Similarly, one can also identify cases where mediation providers offer software management devices which are accessible online or they require to be installed in the system of the entity using the software.<sup>26</sup>

The Mediation Room has been one of the leading exponents in providing online mediation software subject to a licence contract. The company offers its services to all types of disputes, whether national or international, having emerged in the online or offline environment. It provides an online mediation platform to organizations and individuals alike, even if it has been notorious the license of the platform to the Ministry of Justice in the UK in a pilot project on small claims cases. The Mediation Room, as well as Juripax, another prominent example of online mediation software, can also be designed specifically according to the configuration and brand of the licensee.<sup>27</sup>

The online platform includes several components that allow the necessary acts of invitation, notice and communication with the parties. Some of the communication functionalities are a module for presenting a claim and a module for the respondent. There is also a discussion forum that enables the communication between the mediator and the parties or between the mediator and one of the parties, and thus conducting a public or private caucus. Yet, the platform provides a virtual mediation room for conducting the mediation online. In addition to providing licensed mediation software, the company also offers a list of mediators and it also offers webinars and various training workshops.

---

<sup>26</sup> Comité Européen de Normalisation (CEN), 'CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools', 12 et seq.

<sup>27</sup> See, for instance the online mediation software of Juripax ([www.juripax.com](http://www.juripax.com)) (Last accessed March 2013).

### 2.3.6. ODR providers in Spain

The consumer domain in Spain is strongly influenced by a public system of redress, the Consumer Arbitration Scheme, which sets up an arbitration system under the public administration. There are few examples of private entities offering ADR services in this field. Conversely, the registration and use of generic domain names has been less subject to the influence of the public sector, and consequently the private sector has been able to set up ADR systems of redress. Thus, the following lines provide two different examples of private entities providing ADR services. Two different aspects are analysed, the procedure of the ADR services and the technology that is employed. The following lines show that the use of ITC by these entities is still incipient.

#### 2.3.6.1. ADR services within the Confianza Online system

Confianza Online is a well-known self-regulating system in Spain with issues affecting advertising, e-commerce, data protection, accessibility and usability conditions and child protection conducted through means of distance communication.<sup>28</sup> In the same way as other self-regulatory systems, the Confianza Online system contains a set of ethical rules that are applicable to their members, a seal of quality for those member institutions that meet these standards and a system of ADR against those entities that fail to comply.<sup>29</sup> As regards the claims made in relation to its code of conduct, Confianza Online acts as administrative secretariat, managing complaints and referring them to the relevant bodies depending on the domain of the complaint. Firstly, if Confianza Online receives a complaint relating to consumer e-commerce or data

---

<sup>28</sup> Article 2 of Código Confianza Online. Accessible at: [http://www.confianzaonline.es/Codigo\\_CONFIANZA\\_ONLINE.pdf](http://www.confianzaonline.es/Codigo_CONFIANZA_ONLINE.pdf). The scope of this code has been extended to include B2B e-commerce relationships (in addition to B2C). Article 2.5 thereof provides that in the absence of agreement, the provisions applicable to consumer e-commerce shall be understood also binding B2B electronic commerce. (Last accessed March 2013).

<sup>29</sup> Indeed, this scheme is applicable to other self-regulatory systems, such as Trusted Shops ([www.trustedshops.com](http://www.trustedshops.com)), which operates mainly in Germany but with implementation in other EU countries or Safe Buy, which operates primarily in the UK ([www.safebuy.org.uk](http://www.safebuy.org.uk)). Meanwhile, Confianza Online enjoys the official logo " Distintivo Público de Confianza en Línea " by the National Consumer Institute for compliance with the requirements of Royal Decree 1163/2005 of 30 September, which regulates the public label of confidence in the services of the information society and electronic commerce, and the requirements and procedure for the grant. (BOE No. 255 of October 25, 2005).

protection issues related to consumer e-commerce, Confianza Online addresses it to the Spanish Association of Digital Economy (Adigital)<sup>30</sup> as well as the respondent.<sup>31</sup> Once in Adigital, this entity opens a mediation phase and invites the respondent to agree with the complainant within seven days.<sup>32</sup> However, if the parties do not reach an agreement, this entity returns the claim to the administrative secretariat of Confianza Online that further refers the dispute to the National Consumer Arbitration Board (Junta Arbitral Nacional de Consumo). The Arbitration Board will treat the complaint within the consumer arbitration system and will ultimately dictate an arbitration award.<sup>33</sup>

Secondly, when the complaint relates to a violation of the deontological rules on interactive advertising, i.e., commercial communications conducted through electronic means of distance communication such as via a web site, a pop-up or an SMS, or relates to the protection of data relating to interactive advertising Confianza Online addresses the complaint to the Association for the Self-Regulation of Commercial Communication (Autocontrol).<sup>34</sup> Autocontrol contacts the respondent and invites him to submit comments and provide appropriate evidence within 5 business days from receipt of the claim's notice. Parties can agree on an amicable settlement with the signature of a mediation agreement between the parties. If the mediation attempt is unsuccessful, the claim is sent to the relevant section of the Advertising Jury that issues a binding resolution on the parties. This resolution may be appealed before the full Board (within 4 business days of the notification of the resolution).<sup>35</sup>

Confianza Online employs basic technological functionalities. For instance, entities may employ a membership online form to make a request for membership. Moreover,

---

<sup>30</sup> <http://www.adigital.org> (Last accessed March 2013).

<sup>31</sup> This claim may be brought against any person, natural or legal, with permanent establishment in Spain (whether or not member of the system). If you do not have a permanent establishment in Spain, the company claimed must be attached to the system of self-regulation. See Articles 1, 2 and 40 of the Code Confianza Online. However, it should be noted that the complaint handling is free for the claimants.

<sup>32</sup> Article 39 Código Confianza Online.

<sup>33</sup> Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.

<sup>34</sup> Article 39 of Code of Confianza Online. The complaint may be filed by any natural or legal person with a legitimate interest in the matter against any owner or person in charge of an Internet portal with a permanent establishment in Spain (whether or not adhered to the Code of Ethics). If the entity has no permanent establishment in Spain it has to be a member of the self-regulation system. See Article 2 and 40 of the Code Confianza Online.

<sup>35</sup> Article 17 of Reglamento del Jurado de la Publicidad. Accessible at <http://www.autocontrol.es> (Last accessed March 2013).

the managing of the complaint is based on online communication tools and the registration of cases. Thus, it has an electronic web form through which complaints and attached documents can be sent to the entity. Furthermore, there is an assisted negotiation mechanism to assist the complaining party in the presentation of the dispute, which filters the disputing issues such as the scope of the dispute or the identification of the provisions that might have been violated.

### **2.3.6.2. Recommendation and adjudication services under the “.Cat” Domain Names**

The .Cat Domain Name is a top-level generic domain like the .Com or the .Org, but which is aimed specifically at the Catalan linguistic and cultural community on the Internet. The Fundació PuntCat is the entity that is entitled to promote all types of activities related to the creation, management and control of the domain name registration, and, in general, the promotion of language and culture in the field of Internet and new information technologies.<sup>36</sup>

Obviously the registration and use of Domain Names can raise eventual conflicts. Typically, these are mainly related to one party considering that a certain domain name violates his own rights, specifically of a trademark or it does not comply with the eligibility requirements. Currently, there are different ADR schemes to redress conflicts with the .cat Domain name. Broadly speaking they are mainly devoted to addressing: i) a conflict with a trademark, e.g., someone claims that a domain name is too similar with a trademark; ii) a conflict with regards the eligibility criteria of the domain name, that is a domain name that has been registered improperly, e.g., a .cat domain name that is not related to the Catalan language or culture; iii) a conflict with someone who wants to challenge the register or use of a specific domain name for other grounds. These three scopes of conflict are addressed by different ADR schemes, incorporated by reference into the registration agreement, namely: i) the Uniform Domain-Name Dispute Resolution Policy (UDRP).<sup>37</sup> Here, the accredited dispute resolution providers design a panel that conducts an administrative proceeding that

---

<sup>36</sup> <http://www.fundacio.cat/> (Last accessed March 2013).

<sup>37</sup> <http://www.icann.org/en/help/dndr/udrp> (Last accessed March 2013).

undertakes a determinative role because ultimately it can order the Registrar to cancel, transfer or change a domain name. ii) The Eligibility Requirements Dispute Resolution Policy (ERDRP).<sup>38</sup> Here, the dispute resolution provider designs a third party that also undertakes a determinative role since it may order the cancellation of the registered name or the transfer of the domain name to the complainant.<sup>39</sup> iii) The so-called mediation procedure sets up a process where the neutral third party, rather than acting as a mediator, he undertakes an advisory role because he issues a recommendation that is not binding on the parties.<sup>40</sup> As regards the former two cases, the provider of these ADR services has been the Internet Quality Agency.<sup>41</sup> The following lines briefly show some highlights of the procedure and the technology involved as regards the two former ADR services.

Firstly, the eligibility policy sets up tight deadlines for the parties to take the acts and submit the necessary communications. The principle of speed is reflected, for instance, when the claimant is given 5 days to correct the filing of the complaint. Moreover, tight deadlines are also set up as for the provider's obligation to pass the claim to the respondent (3 days from payment of fees),<sup>42</sup> to appoint an expert (5 days from the answer to the application) or to communicate the expert resolution to the parties (3 days). For its part, the defendant has a period of 20 days to respond to the claim and the expert has a period of 14 days to issue a decision.<sup>43</sup> As regards the technological aspects implemented by the eligibility procedure, these are based on electronic communication mechanisms although combined with traditional communication mechanisms. Thus, in certain phases of the process it requires the

---

<sup>38</sup> <http://www.domini.cat/media/upload/arxiu/Politica.ERDRP.v1.pdf> (Normativa de resolució de conflictes sobre requisits d'admissibilitat, ERDRP). This Policy is developed by the Rules on the eligibility criteria. Reglament de la Política de resolució de conflictes sobre requisits d' admissibilitat (ERDRP). The Catalan text is available here <http://www.domini.cat/media/upload/arxiu/ERDRP.Reglament.v1.pdf> (Last accessed March 2013).

<sup>39</sup> Article 5 e of Normativa de resolució de conflictes sobre requisits d'admissibilitat (ERDRP).

<sup>40</sup> Mediation procedure Rules of the Top Level Domain Name .Cat., Article 4.10 of Normativa del Procediment de mediació del TLD. cat. The Catalan text is available here: <http://www.domini.cat/media/upload/arxiu/Politica.Mediacio.v1.pdf>. The text of the Additional Rules on the mediation procedure of the Internet Quality Agency is available here: <http://www.domini.cat/media/upload/arxiu/Reglament.Mediacio.v1.pdf>. (Last accessed March 2013).

<sup>41</sup> Today, this entity has ceased to exist and at the moment there has been no entity appointed as resolution provider.

<sup>42</sup> Currently, the fee is 1.300 €.

<sup>43</sup> The resolutions of the processes Exp. 1/2007, "tous.cat" y Exp. 1/2009 "everis.cat" are today not anymore accessible online.

delivery of paper documents (e.g., the demand and the statement of defence shall be submitted in hard copy and electronically, the last one being done either through an electronic form or by email), even though the parties may settle to choose the preferred method for communications (e.g., email).<sup>44</sup>

In this process, parties can only communicate with the ADR provider, not with the third party. Nevertheless, the additional rules establish that the expert exceptionally can perform a hearing with the parties, which can be held by teleconference, videoconference or via Internet.<sup>45</sup>

Secondly, the so-called mediation procedure sets up a procedure where the neutral third party, even if it called mediator, undertakes an advisory role as he issues a recommendation that is not binding on the parties.<sup>46</sup> The Mediation Rules set up a procedure which is based on the principles of confidentiality, non-binding effects (article 1.1) and of self-determination since parties may decide to withdraw from the process (article 4.3). The mediator must act according to the principles of independence and impartiality, and he must dully sign a declaration regarding those aspects (article 4.6). The rules also recognise the principle of transparency as they require that the mediator provider's web site must publish a list of mediators, from which it selects an individual third party (article 4.6). The principle of effectiveness also must be observed as regards accessibility and speed: parties are not obliged to be represented by a legal representative and its cost has to be moderate.<sup>47</sup> Moreover, according to the principle of speed, the respondent has 7 days to submit a pleading. If he does not present this document or expresses his willingness not to be subject to it, the process finishes. In addition, the mediator has seven days to prepare a report containing his recommendation.<sup>48</sup> This period can be extended to 14 days if he considers it is necessary to conduct a meeting with the parties.

The procedure rules take into account both the electronic means of communication: Communication can be performed via online web forms and

---

<sup>44</sup> Articles 3.b y 6 of Reglament de la Política de Resolució de Conflictes sobre els requisits d'admissibilitat de noms de domini .cat. Likewise, articles 3.b.iii) and 6.iii).

<sup>45</sup> Articles 9 and 14 of Reglament de la Política de Resolució de Conflictes sobre els requisits d'admissibilitat de noms de domini .cat.

<sup>46</sup> Article 4.10 of Normativa del Procediment de mediació del TLD. cat.

<sup>47</sup> Currently, the fee is 800 €.

<sup>48</sup> The mediation process as to the Domain Name "pirineu.cat" ended without agreement.

electronic mails (both can be used as for filing the claim as to presenting the pleading). The provider must communicate the claim to the involved parties (the respondent, domain name registrar and registry) via email.<sup>49</sup> Furthermore, there is the possibility that the mediator convene a joint meeting that can be developed by means of telecommunication.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> As regards these aspects, see Articles 3, 4.1, 4.2 y 7.1 of Normativa de Mediación del TLD .cat.

<sup>50</sup> Article 4.8 of Normativa de Mediación del TLD .cat.

## References

- Bellucci E, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' in Poblet, Marta, Uri Schild and John Zeleznikow (eds), *Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009): a Post conference Workshop at the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law* (Huygens 2009).
- 'Developing negotiation decision support systems that support mediators: A case study of the Family Winner system' (2005) 13(2) *Artificial Intelligence and Law*.
- Berger KP, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006).
- Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009)
- Heras S and others, 'Arguing to Support Customers: The Call Centre Study Case' in Ossowski, Sascha (ed), *Agreement Technologies* (Springer 2013).
- Kaufmann-Kohler G and Schultz T, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004).
- Poblet M and others, 'ODR i mediació en línia: estat de l'art i escenaris d'ús' in Casanovas, Pompeu and others (ed), *Materials per al Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya*: (Colecció Justícia i Societat, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009).
- Rabinovich-Einy O, 'Going Public: Diminishing Privacy in Dispute Resolution in the Internet Age' (2002) 7 *Virginia Journal of Law and Technology*, Vol. 7, Summer 2002.
- Rule C, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002).
- Wooldridge M, 'Foreword' in Ossowski, Sascha (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013).



## 2.4. Legal Challenges of Online Dispute Resolution (ODR) in the consumer field

### 2.4.1. Introduction<sup>1</sup>

One of the distinctive features of the consumer complaints arena derives from the fact that only a very small number of consumers access a court for solving a conflict.<sup>2</sup> It has been said that Spain has seen how in the last quarter of the century it has passed from being a non litigation to a pro litigation country because over this period of time litigation multiplied by four.<sup>3</sup> However, even if consumers do not use courts, disputes between consumers and traders also follow an inflationary path, similarly to as refers to litigation. For instance, the Annual Memories of the Catalan Consumer Agency show an increasing number of conflicts in this area.<sup>4</sup> In this scenario, Alternative Dispute Resolution (ADR) methods may appear as an effective solution for solving some of these problems. In Spain, the Consumer Arbitration Scheme is an institutionalized redress mechanism which is based on arbitration, and which is conducted under the umbrella of Public Administrations. Further than arbitration, Governments both at the central and the regional level are promoting the implementation and development of out-of-court systems of justice for enforcing the protection of citizens, whereby mediation takes a leading role.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> This section has been build upon a previous work that appeared in Spanish as Suquet Capdevila, J "Online Dispute Resolution (ODR): una visión jurídica del estado del arte tecnológico", 22 (1) Revista Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje 2010. Further research has been necessary as to include the latest developments of both law and technology.

<sup>2</sup> According to data from the European Commission, only 2% of consumers having a problem with a product or a service with a trader or company access a court proceeding. European Commission, *Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011), 45.

<sup>3</sup> P. Casanovas and others, 'Introducción: marco conceptual, metodología y guía de lectura' in P. Casanovas, J. Magre and M<sup>a</sup> E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2010) 73-129, 82.

<sup>4</sup> Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011). This aspect is dealt with in chapter 4 of this thesis.

<sup>5</sup> Even within the Judicial Power, court mediation is considered as a solution since a majority of Spanish judges would foster it in some areas such as family, civil or labour law. The creation in 2007 of the

Another thing is Online Dispute Resolution (ODR). Governments and legislators are still not fully benefiting from the opportunities that the Information and Communication Technologies (ICT) can bring to the dispute resolution domain. Nevertheless, there are various legislative measures that take into account the technology as to enable the electronic communications between disputant parties. From various levels of legislation there are some major legislative measures that will affect this domain. New European legislative instruments will probably place ADR and ODR in the centre of the consumer redress debate in the following years.

#### **2.4.2. Defining Online Dispute Resolution (ODR)**

The term Online Dispute Resolution usually refers to those services, processes, methods and techniques using Information and Communication Technologies (ICT) to facilitate the resolution of disputes between the parties.<sup>6</sup> A broader definition of ODR states that ODR refers to the application of technology to the resolution of disputes between parties.<sup>7</sup> The definition of ODR encompasses a number of controversial issues relating to the relationship between ODR and Alternative Dispute Resolution (ADR) and the role that it is given to technology.

There are different approaches to ODR, from those that support that ODR is the correspondence of Alternative Dispute Resolution (ADR) in the online environment to those that consider that ODR is a distinctive field of IT applied to the field of dispute resolution.<sup>8</sup> A first approach to ODR identifies those out-of-court methods of dispute resolution that are developed on line. According to this view, widely adopted at the

---

Spanish unit of the European Group of Judges for the Mediation in Spain (GEMME) is one example that shows the increasing interest of mediation for the Judiciary. E. Casañas and others, 'Percepción de la mediación según los profesionales de la justicia' in P. Casanovas, J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Cataluña* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2010) 1001-1037, 1006 et seq.

<sup>6</sup> Marta Poblet. 'Introduction: Bringing a New Vision to Online Dispute Resolution' (Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop 08). In conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) Firenze, Italy December 13, 2008 2008) 1-7, 8.

<sup>7</sup> The Wikipedia states that ODR is a branch of dispute resolution which uses technology to facilitate the resolution of disputes between parties. (Last accessed 24 February 2013).

<sup>8</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004), 5 et seq.

institutional level, the term ODR becomes the online equivalent to ADR.<sup>9</sup> However, this correspondence may be problematic in a global approach because the European and US traditions differ as to determine what mechanisms must be included within ADR. In the United States, the term ADR refers to alternatives to court litigation, and therefore, ADR includes mechanisms such as negotiation, mediation and arbitration. By contrast, in Europe ADR usually refers to alternative procedures to jurisdiction and arbitration. In Spain, the doctrine considers that arbitration is a quasi jurisdictional method of conflict resolution.<sup>10</sup> Since the arbitrator holds the *juris dictio*, it is considered that the arbitration award replaces or substitutes the decision of a court.<sup>11</sup> According to this view, the term ADR in the nearest legal environment includes basic mechanisms such as negotiation, mediation and conciliation and excludes arbitration. A rather theoretical question refers to whether arbitration should be excluded from the ODR paradigm.

There are several reasons to believe that arbitration should be taken into account as an ODR mechanism. In this regard, it should be considered that virtual arbitration was the first method of out-of-court mechanisms to be used to solve controversies in purchases made over the Internet. In the consumer field, the European Commission issued EC/1998/257 Recommendation of 30 March 1998 on the principles applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes. This Recommendation limited its scope to disputes whereby the third party proposes or imposes a solution, which refers to third parties undertaking an advisory role such as in a recommendation process or a determinative role such as arbitration. In addition, some legal scholars took arbitration as the first user-case in analysing the

---

<sup>9</sup> European Commission, *Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law* (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002), parag. 40.

<sup>10</sup> J. C. Fernández Rozas, 'Arbitraje Comercial Internacional' in J. C. Fernández Rozas, R. Arenas García and P. A. de Miguel Asensio (eds), *Derecho de los Negocios Internacionales* (4ª edn, Iustel 2013) 625, 652.

<sup>11</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law', 1. Silvia Barona Vilar, *Solución extrajudicial de conflictos, Alternative Dispute Resolution (ADR) y Derecho Procesal* (Tirant lo blanch 1999), 214; Esteban de la Rosa, Gloria. 'Irrupción del movimiento ADR (Alternative Dispute Resolution) en las relaciones transfronterizas' (2005) 20 *Revista de la Corte Española de Arbitraje* 89-115, 100.

implications of Internet and Cyberspace in the resolution of conflicts.<sup>12</sup> Furthermore, it should be noted that ODR providers usually offer progressive ADR/ODR steps, from less formal and binding to more formal and binding mechanisms. This is the case of the three-step ADR model, in which the disputing parties agree to initiate a negotiation mechanism, which follows a mediation process and in case parties do not reach an agreement, to enter a last binding arbitration phase.<sup>13</sup> In the ODR field, online arbitration is also an effective method of redress and should be taken into account as when considering ODR.

A second approach to ODR highlights the distinctive role that technology has in the dispute resolution domain.<sup>14</sup> In his famous conference, F Sandler announced that a way to reduce the judicial caseload was to explore alternative ways of resolving disputes outside the courts.<sup>15</sup> Nevertheless, it has been said that whereas the ADR movement emerged in the 1970s in the United States as a criticism to the legal judicial system, the ODR movement emerged as a criticism to the offline environment.<sup>16</sup> When studying ODR, another theoretical concern questions whether non-alternative mechanisms should be taken into account. A narrow delimitation of ODR would leave cyber courts, internal complaints handling and automated processes out of the scope of ODR. A narrow approach could be supported with the aim that regulators promote homogenous rules for the use of ODR services as close as possible as ADR services.<sup>17</sup>

---

<sup>12</sup> Some of the first articles appeared on the topic may be: Llewelyn Joseph Gibbons. 'Rusticum Judicium, private courts enforcing private and public rights: regulating virtual arbitration in cyberspace' (1998) 24 Ohio Northern University Law Review, 1998, 24: 769.

<sup>13</sup> E. Paz Lloveras, *Libro blanco sobre mecanismos extrajudiciales de solución de conflictos. Proyecto de confianza: autorregulación y sistemas extrajudiciales off-line y on-line de solución de conflictos para entornos de comercio electrónico* (AENOR, 2002); N. Marchal Escalona. 'Los mecanismos de solución extrajudicial y las controversias laborales internacionales' (2004) Revista Española de la Corte de Arbitraje 95-124, 98.

<sup>14</sup> Ethan Katsh and Janet Rifkin, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001); Colin Rule, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002).

<sup>15</sup> One of the determinant moments of the origin of the Critical Legal Studies movement was the Pound Conference held by Professor Frank E. A. Sander in 1976. In Spain, this movement was clearly shown by Silvia Barona Vilar, 'Solución extrajudicial de conflictos, Alternative Dispute Resolution (ADR) y Derecho Procesal', 47-70.

<sup>16</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice', 6.

<sup>17</sup> Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009), 5. Arno R. Lodder and others. 'Towards Standardisation of Online Dispute Resolution Tools' (Expanding the Horizons of

Nevertheless, some ODR literature has noted the prominent role of IT in changing organisational institutions and national courts, stating that the ODR movement includes a broad range of technology uses in the dispute resolution domain, further beyond the classical extension of ADR mechanisms to the online environment.<sup>18</sup> This literature has taken cyber courts as research ODR user cases.<sup>19</sup> According to this view, if a legal proceeding was based on the same guidelines as ODR, such as speed, low cost or ease of access, it may be qualified as ODR; thus, the term online of ODR would replace the alternative of the ADR acronym.<sup>20</sup> According to this approach, internal complaints handling or automated negotiation systems are ODR mechanisms even if a human, third party does not provide them.<sup>21</sup>

Furthermore, a broad approach to ODR would serve as to integrate research from distinctive fields such as e-justice and ODR in the legal domain but also to domains in other disciplines.<sup>22</sup> For instance, this would be the case with a new discipline that has emerged in the latest years in Artificial Intelligence. Agreement Technologies, as a new area of research, relates with “the theory and practice of computer systems that can make agreements on behalf of human users or owners in situations where the preferences and belief of the participants are different.”<sup>23</sup>

---

ODR. Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop 08) CEUR Workshop Proceedings Series, Firenze 2008) 8.

<sup>18</sup> Arno R. Lodder. 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' (2006) 15(2) Information & Communications Technology Law 143.

<sup>19</sup> Arno R. Lodder, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' 143; Orna Rabinovich-Einy. 'Reflecting on ODR: The Israeli Example' (Expanding the Horizons of ODR: Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution in conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) CEUR Workshop Proceedings Series, 13 December 2008 2008) 13.

<sup>20</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice', 6.

<sup>21</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law', 1.2.

<sup>22</sup> Marta Poblet and Pompeu Casanovas. 'Towards a convergence of the e-justice and ODR research domains' (Proceedings of the 4th International Workshop on Online Dispute Resolution. In conjunction with the 11th International Conference on Artificial Intelligence & Law (ICAIL) Palo Alto June 8 2007 2007) 57.

<sup>23</sup> Michael Wooldridge, 'Foreword' in Sascha Ossowski (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013) vii.

Artificial Intelligence academics assess whether computers can reach agreements on behalf of humans.

For years, the literature has used a variety of terms as to describe ADR systems: Binary and triadic models of conflict resolution indicate where the parties do attempt to resolve the dispute by themselves or with the assistance of a third party.<sup>24</sup> In Spain, some doctrine has also used the term *autocompositivo* as to refer to those methods whereby the parties themselves solve the conflict, even though they are assisted with a third mediator, or *heterocompositivo* as to show those methods whereby a third party dictates a solution that is binding for both parties.<sup>25</sup> Yet, the ODR literature has stressed the main difference between consensual and adjudicatory methods. Whereas the former methods are those methods whereby the parties do retain control of the process and decide the conflict by themselves, even if they have the assistance of a mediator, the later refer to those methods whereby the third party solves the controversy with a formal and binding decision.<sup>26</sup>

The European Commission Recommendations of consumer ADR differentiate between active and passive third parties. Whereas the EC Recommendation 1998/257 is limited to processes that lead to the settling of a dispute through the active intervention of a third party, who proposes or imposes a solution, the EC Recommendation 2001/310 is applicable to third party procedures “which facilitate the resolution of a consumer dispute by bringing the parties together and assisting them, for example, by making informal suggestions on settlement options, in reaching a solution by common consent.” Consensual mechanisms include negotiation, mediation, and conciliation mechanisms, whereas adjudicatory processes mainly include arbitration processes.

Moreover, ADR and ODR processes can be also grouped according to the facilitative, advisory or determinative terminology as adopted by the ISO 10003 and

---

<sup>24</sup> Pompeu Casanovas and Marta Poblet, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in Pompeu Casanovas and others (ed), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008), 328-329.

<sup>25</sup> Marta Blanco Carrasco, *Mediación y consumidores* (Instituto Nacional del Consumo 2005), 40.

<sup>26</sup> OECD, *OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress in the Global Marketplace* (2007), 12; Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice'.

followed by the CEN Workshop Agreement.<sup>27</sup> A facilitative model applies where a third party assists the parties in achieving an agreement without making any recommendation or imposition of the matter (typically mediation). An advisory model applies when the third party dictates a formal resolution that is not binding on the parties. Advisory models may be found in a wide array of processes such as in a non-binding arbitration,<sup>28</sup> or in evaluation processes,<sup>29</sup> in the advisory phase in certain ODR proceedings<sup>30</sup> or in mechanisms whereby the third party offers a recommendation to the parties.<sup>31</sup> In determinative processes, the third party evaluates the dispute and resolves factual and, sometimes, legal issues and decides the dispute, formally and binding to the parties.<sup>32</sup> Determinative processes include binding evaluation, adjudication, and if this solution is enforceable in court, arbitration.

### **2.4.3. A classification of ODR**

The various forms of ODR currently employed suggest classifying them according to various parameters. Depending on the origin of the controversy, ODR can be used for online or offline controversies. In this regard, the European Commission has in a number of occasions highlighted the relevance of ODR in the field of electronic commerce.<sup>33</sup> Already in 2000, the European Council at the Lisbon summit invited the Commission and the Council to reflect on how to promote consumer confidence in electronic commerce, in particular through new dispute resolution systems. This culminated in the action plan eEurope 2002 in which ADRs linked to consumer contracts were given special attention in the field of electronic commerce. Moreover,

---

<sup>27</sup> Comité Européen de Normalisation (CEN), 'CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools'.

<sup>28</sup> For instance, BBB Online. <https://www.bbb.org/> (Last accessed March 2013).

<sup>29</sup> <http://www.electroniccourthouse.com> (Last accessed March 2013).

<sup>30</sup> <http://www.ecodir.org> (Last accessed March 2013).

<sup>31</sup> Thus, the Procedure Rules for the .CAT Domain Names establish that the mediator provides a recommendation to the parties that they are not obliged to follow. These rules are available at [http://domini.cat/normativa/en\\_normativa\\_procediments.html](http://domini.cat/normativa/en_normativa_procediments.html) (Last accessed March 2013).

<sup>32</sup> *ibid*, 16.

<sup>33</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law', paragraph 40.

the practice shows a number of interesting ODR initiatives that have emerged in the field of e-commerce, a field which needs ODR systems providing an environment of trust. In addition, the relocation of the parties, the cross-border nature of a transaction and the difficulty in determining the competent court are elements that increase the need for reliable ODR systems. Several ODR providers operating today are intended to act exclusively on conflicts arising in the online context.<sup>34</sup>

However, ODR is also useful as regards conflicts originated offline.<sup>35</sup> There are a number of ODR providers that perform their activities in the offline environment and some ODR providers, while originally provided services exclusively over Internet disputes, subsequently expanded its services to conflict-related transactions that originate outside the net. In some cases, the ODR provider aims at resolving a conflict that has exclusively or mainly originated in the offline environment.<sup>36</sup>

For a method of dispute resolution to be considered as ODR is not essential that the entire dispute resolution process is conducted entirely online. This will depend on a number of aspects such as the technology being issued, the technical capacity of the ODR provider or the type of controversy. The ODR doctrine has discussed about what use of technology is required as to fulfil the online element; for instance, most doctrine has considered that the mere fact that a process is conducted by email does not qualify that process as ODR.<sup>37</sup> There are a number of different technology tools that can be used in ODR, from sophisticated web-based platforms where all activities

---

<sup>34</sup> In Spain, this is the case of the “Confianza Online” self-regulatory scheme. There are other examples of providers that are or have been devoted to addressing Electronic commerce disputes such as eBay, <http://www.ebay.com>; Paypal, <https://www.paypal.com>; Médiateur du net, <http://www.foruminternet.org>; Der Internet Ombudsman, <http://www.ombudsmann.at>; or former Web assured <http://www.webassured.com>. (Last accessed March 2013).

<sup>35</sup> Julia Hörnle. 'Online Dispute Resolution: The Emperor's New Clothes?' (2003) 17 International Review of Law, Computers & Technology 27; Konstantinos Komaitis. 'Pandora's box is finally opened: The uniform domain name dispute resolution process and arbitration' (2005) 19; M. Conley Tyler and Di Bretherton. 'Seventy Six and Counting: an Analysis of ODR Sites. A Report of Research conducted for the Department of Justice, Victoria, Australia' (Proceedings of the UNECE Forum on ODR 2003).

<sup>36</sup> Such as Cybersettle <http://www.cybersettle.com>. (Last accessed March 2013).

<sup>37</sup> Konstantinos Komaitis. 'Pandora's box is finally opened: The uniform domain name dispute resolution process and arbitration' 99, 8; k. Benyekhlef and F. Gélinas. 'Online Dispute Resolution' (2005) 10(2, summer 2005) *lex electronica*, Vol 10, Num. 2; summer 2005 ; Arno R. Lodder, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' 143, 148. By contrast, M. Conley Tyler and Di Bretherton, 'Seventy Six and Counting: an Analysis of ODR Sites. A Report of Research conducted for the Department of Justice, Victoria, Australia', 7.



are conducted online to more basic tools such as an online complaint form. There may be also cases where the process is not conducted entirely online, where the ODR provider offers a series of communication tools to assist the parties and the mediator but some of the acts require a physical presence.

ODR services may be undertaken by private or public entities. Within the private sector, if the applicable law allows it, there may be ODR providers that act purely under entrepreneurial motivations, and non-for profit organisations devoted to offering dispute resolution services. Indeed, resolving disputes has turned out as part of a business competition because in the “market of conflicts”, the private sector tries to take benefit from the existing demand on the resolution of conflicts.<sup>38</sup> However, this may be a partially or totally regulated sphere: in Spain, it is not possible that private for profit companies offer arbitration services since only public and non for profit entities may provide so.<sup>39</sup> There may be also organizations traditionally devoted to arbitration or mediation services adapting their services to the online environment. In such cases, these organizations may take advantage of ODR tools as to improve the services offered through arbitration or mediation, for example, establishing virtual arbitration mechanisms. In addition, ODR services may be provided by the Public sector. In Spain, the public sector has lagged behind the private sector in the introduction of ICT in the resolution of conflicts. While some efforts may be put towards the introduction of ICT to assist national courts, so-called cybercourts, public ADR schemes may also considerably benefit from the introduction of these technologies.

ODR services can be offered via individual typical mechanisms such as negotiation, mediation or arbitration, or by subsequent mechanisms. In fact, there may be dispute resolution clauses referring to this internal progression or three-step process, being Ecodir’s process maybe the most-well known example.<sup>40</sup> Under these type of clauses, the provider filters those disputes that can amicably be settled between the parties before it starts a process to a third party to resolve the dispute. It provides the opportunity for the parties, without the intervention of a third party to

---

<sup>38</sup> This term is used by Klaus Peter Berger, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006), 17.

<sup>39</sup> Article 14 of Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje (BOE No 309, of 26.07.2003, and BOE No 121, of 21.05.2011).

<sup>40</sup> <http://www.ecodir.org> (Last accessed March 2013).

resolve their disagreements and, when this is not possible, it begins a second phase in which an impartial third party (mediator) is set to assist them. Finally, in the absence of an agreement, it begins a third phase with the appointment of a third party that has an advisory or determinative role, offering a recommendation or adjudication decision.

ODR processes can be initiated either by the action of one party in a dispute, or both jointly. In the first case there is a claimant (party 1) and a respondent (party 2). In Europe, it is usual that only consumers can initiate a proceeding against traders whereas traders cannot initiate ADR proceedings against consumers. For instance, this will be the case in the Directive on consumer ADR or in the Consumer Arbitration Scheme.<sup>41</sup> Therefore, a claimant is more than likely to be a consumer and the respondent to be a trader. Moreover, one of the consequences of the principle of effectiveness in the consumer field is that ODR providers cannot impose parties to be accompanied by a legal representative. Most of the provisions in this field leave this aspect up to the parties not requiring them to be assisted by a legal representative.<sup>42</sup> In fact, the bulk of consumer disputes, unless the value of the dispute is high enough, may not require parties to demand for the assistance of a legal representative.

Furthermore, the third party is usually the third human party that is appointed to conduct the ADR process and that may assist the parties according to diverse roles such as consensual, advisory or determinative. However, some doctrine has considered that when the software determines whether a case settles or not, it can be considered as acting like a third party.<sup>43</sup> Furthermore, it is well known the metaphor coined by E. Katsh and J Rifkin of the fourth party. This indicates the importance that technology has in the dispute resolution domain.<sup>44</sup>

In addition, conflicts conducted online can entail other entities, companies and providers. An ODR provider may be considered as the entity that provides both the services and the technological elements that may assist the disputing parties and the third impartial parties. Nevertheless, there may be different entities providing the ADR

---

<sup>41</sup> Article 2.2 g Directive on consumer ADR.

<sup>42</sup> See this aspect in further detail in Chapter 4 of this Thesis.

<sup>43</sup> Arno R. Lodder, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' 143, 151.

<sup>44</sup> Ethan Katsh and Janet Rifkin, 'Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace'.

services and the technology. For instance, there may be an ODR technological provider; that is an entity or a company that provides all or some of technological elements for the resolution of the dispute. The most developed case would be an ODR platform, that is a system capable of processing electronic communications used in ODR, and which is designated by the ODR provider.<sup>45</sup> Moreover, there may be more than one entity providing technological elements for the case; there may be various ODR modules such as a case management module and a communication tools module provided by different companies. These entities may be different from the entity entitled to manage the case. The latter entity may act more like a secretariat organising the process, designing the third party, contacting the parties etc.<sup>46</sup> In fact, the UNCITRAL considers that an ODR provider is the entity that administers the ODR proceedings and is specified in the dispute resolution clause.<sup>47</sup> In addition, there may be different entities providing various ADR services, such as one devoted to providing mediation services and one devoted to providing arbitration services.<sup>48</sup>

#### **2.4.4. Benefits and pitfalls of ODR**

The specialised ODR literature has affirmed that ODR offers many of the advantages of traditional face-to-face dispute resolution and it offers significant additional benefits to everyone involved in a dispute (both consumers and traders) and the mediator.<sup>49</sup> Among the main benefits, it is said that ODR speeds up the process,

---

<sup>45</sup> This definition conforms to the definition of an ODR platform of Article 2 of the UNCITRAL's ODR Draft procedural rules. Online dispute resolution for cross-border electronic commerce transactions: draft procedural rules (A/CN.9/WG.III/WP.119 (11 March 2013)).

<sup>46</sup> This is why A. Lodder has named the 5<sup>th</sup> party as the provider of ODR technology and the 6<sup>th</sup> party describes the administrative bodies in dispute resolution. Arno R. Lodder, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' 143.

<sup>47</sup> Draft Article 2. Online dispute resolution for cross-border electronic commerce transactions: draft procedural rules (A/CN.9/WG.III/WP.119 (11 March 2013)).

<sup>48</sup> Even if its use of technology may hardly qualify as an ODR service, the following example may show the different entities that may be involved in an ODR process: Confianza Online, the self-regulation scheme, administers a case regarding an electronic commerce B2C case. However, the ADR services are provided by other entities: Adigital provides mediation services, and the National Consumer Arbitration Board provides arbitration services.

<sup>49</sup> Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts' , 61-85.

which in turn it usually reduces costs derived from travel and accommodation expenses. Moreover, costs may be cut also because using certain ODR mechanisms may facilitate self-representation.<sup>50</sup> Katsh and Rifkin argued that thanks to online mechanisms disputants do not have to meet face-to-face and that mediation can occur at any time, thus enabling disputants to answer at their most suitable moment.<sup>51</sup> As Lodder and Zeleznikow put it, the use of Information Technology (IT) can promote the benefits of ADR by enhancing the ability to access to justice.<sup>52</sup> An applicant can easily file a complaint by using an online form, or can easily receive advice by an expert through an online web page. The use of IT usually involves a quicker and cheaper access to justice.<sup>53</sup>

However, ODR has not fully exploited yet. There are a number of reasons for such a lack of success. One may be a lack of awareness of end-users of ADR methods of redress. According to data from the European Commission consumers and companies are not well aware of ADR methods and services.<sup>54</sup> Moreover, ODR mechanisms are less visible than more traditional ADR mechanisms. Furthermore, the fragmentation and diversity of processes, services and technologies employed in the provision of redress services may contribute to the lack of visibility of ADR/ODR.<sup>55</sup> The European institutions have noticed that the lack of awareness of ADR and the disparities existing as regards the coverage and quality of ADR services in Europe may hinder the European Internal Market.<sup>56</sup> Therefore, they have promoted the enshrinement of two

---

<sup>50</sup> Pablo Cortés, 'Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union' 56.

<sup>51</sup> Ethan Katsh and Janet Rifkin, 'Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace' 25.

<sup>52</sup> A. Lodder and J. Zeleznikow, 'Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology' 14.

<sup>53</sup> *ibid*, 14.

<sup>54</sup> European Commission and DG Sanco, *Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union* (2011), parag. 17.

<sup>55</sup> Arno R. Lodder and others, 'Towards Standardisation of Online Dispute Resolution Tools' 8, 9.

<sup>56</sup> Recital 6 of the final text of the Directive on consumer ADR.

European legislative instruments of secondary law, the Directive on consumer ADR<sup>57</sup> and the Regulation on consumer ODR.<sup>58</sup>

Nevertheless, in order to have the maximum benefit of ODR, there are other aspects that should be taken into account. On the one hand, it is necessary that ODR providers make use of the core's functionality areas of the web 2.0, namely communication, collaboration and interactivity.<sup>59</sup> Static ODR platforms should evolve to more open and collaborative platforms, such as the crowdsourcing movement shows. On the other hand, the Semantic Web must also play a powerful role in ODR. Successful ODR providers such as eBay manage a huge amount of conflicts per year, in multiple languages; yet, any less-known providers may be involved in a variety of conflicts. Still, one may think of an ODR user that wishes to move his process and documentation to another ODR provider. In this regard, semantic technologies provide meaning to the overload of information available in the web and may help in structuring documents in a case. This may be also applicable as regards information contained in databases. The use of semantic metadata may facilitate a more precise retrieval of information, exchange of information and automated reasoning over conflicting issues, to name only a few aspects.<sup>60</sup> In fact, this technology may be used for companies providing integrated case management facilities.

---

<sup>57</sup> In the last moment before the presentation of this doctoral thesis, the European Parliament approved, according to the Ordinary legislative procedure (ex-codecision procedure) a final text for a Directive of Consumer ADR, which was also approved by the European Commission. European Parliament, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Directive 2013/.../EU of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)* ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0373), 2013).

<sup>58</sup> European Parliament, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Regulation (EU) No .../2013 of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR)* ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0374), 2013).

<sup>59</sup> Colin Rule. 'ODR and Web 2.0' (2006) Mediate.com November 2011 <<http://www.mediate.com/articles/rule4.cfm>>.

<sup>60</sup> Joost Breuker and others, 'The Flood, the Channels and the Dykes: Managing Legal Information in a Globalized and Digital World' in Joost Breuker and others (ed), *Law, Ontologies and the Semantic Web* (IOS Press 2009) 3, 6.

#### **2.4.5. A regulatory approach to ODR**

ODR is a relatively new field of study, and some efforts are put towards setting up its theoretical foundation.<sup>61</sup> The operating field of ODR is complex as it performs its services in a conjunction of social patterns, networked governance, ethical principles and legal systems, entrenched through the regulatory protocols of technological environments.<sup>62</sup> This adds a further complexity to this field of study.

From a regulatory point of view, one of the most relevant questions that may be raised today is whether ODR/ADR should be regulated including a number of mechanisms having similar characteristics, or whether specific mechanisms of ODR/ADR should be regulated individually. In this regard, when regulating ADR mechanisms the European institutions have not adopted a single approach but have used various approaches. On the one hand, EC Directive 52/2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters supported the view of regulating a single mechanism of ADR, which is mediation. On the other hand, specifically in the consumer domain EC Recommendations 2001/310 and 1998/257 proposed a different approach to arbitration and recommendation services on the one hand, and mediation services on the other. Nevertheless, the final text of the Directive for Consumer ADR undertakes an all-encompassing approach since it will be applicable to ADR entities which, propose or impose a solution or bring the parties together with the aim of facilitating an amicable solution.”<sup>63</sup> This legislative instrument shall be applicable to ADR bodies with a recommendation, adjudication and mediation role.

##### **2.4.5.1. Regulating Online Mediation**

---

<sup>61</sup> A remarkable example is Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).

<sup>62</sup> Pompeu Casanovas, 'Agreement and Relational Justice: A Perspective from Philosophy and Sociology of Law' in Sascha Ossowski (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013) 17, 29.

<sup>63</sup> Article 2 Directive on Consumer ADR.

Mediation has been considered a mechanism of restorative and relational justice.<sup>64</sup> It is a form of restorative justice because it takes as a starting point the idea that in order to treat a conflict, the process has to descend to the level of those who suffer it, and are the driving forces behind it.<sup>65</sup> Moreover, it is a form of relational justice because the parties are empowered to take control of the process and decide what the best process for solving the conflict is. The conflicting parties in a dispute, as well as other actors that are dealing with, managing or solving a controversy or a conflict shape relational systems of justice.<sup>66</sup>

Consumer mediation in Spain is a relatively new field of study. Within the Consumer Arbitration Scheme (CAS), mediation has been for some years considered as a possible redress mechanism previous to escalating the dispute into arbitration. Outside the CAS, mediation is being used by private entities such as consumer organisations. Currently, the Spanish and Catalan legislators consider that party autonomy is a solid ground for consumers and traders to solve their conflict by the recourse to consensual ADR.

The mediation's regulatory system is composed of different layers.<sup>67</sup> At the bottom, mediation is composed of *implicit rules of dialogue*. This refers to social behaving, natural mediations. As Chapter 3 shows, the consumer field is full of mediation activities. Even if broadly speaking they may be considered as mediations, here, one of its distinctive features is that there is no formal interaction between the mediator and the parties since most of the mediator's activities may consist of informal activities such as receiving an email from a consumer and pass it to the trader. Moreover, the next layer refers to *explicit rules of dialogue*. This is composed of technical and technological protocols and dialogue marks. For instance, in the Catalan

---

<sup>64</sup> Pompeu Casanovas, 'El diálogo como fuente de derecho' in Elena Lauroba, Immaculada Barral and Isabel Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Justicia y Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d' Estudis Jurídics i Formació Especialitzada 2011) 433.

<sup>65</sup> *ibid*, 444.

<sup>66</sup> Pompeu Casanovas, 'Agreement and Relational Justice: A Perspective from Philosophy and Sociology of Law' 17, 30.

<sup>67</sup> Pompeu Casanovas, 'El diálogo como fuente de derecho' 433, 447.

Consumer Agency (ACC), there is a basic protocol indicating how the complaints should be treated. Typically, the ACC assign complaints to consumer mediators, who are then entitled to contact consumers and traders in a round of mediation activities. The next layer refers to non-enforceable Law or *soft law* such as guidelines, recommendations or codes of good practices. In Spain, this would be the case of the Confianza Online trustmark scheme because it has a deontological code of conduct for conflicts originated online in a number of areas such as electronic commerce or interactive advertising. It also has an ADR mechanism for solving conflicts mainly addressed to traders as members of the trust mark scheme. The European Commission recognised the relevant role that soft law has in this field; before it was decided that European secondary laws were going to be drafted, the Commission considered developing some principles on ADR by the recourse of Codes of conduct.<sup>68</sup> At the top of the pyramid, there is *hard law*, which refers to classical rules enshrined by the legal powers of the State that may be enforced by its coactive powers.

Therefore, online consumer mediation is complex because, at the moment, there are different regulatory layers involved. In addition, it could be highlighted that as it grows in importance, more of its regulatory powers are being transferred from some implicit rules to more formal, binding and enforceable rules. For instance, the consumer mediation process has been for years unattended for the legislator until the Consumer Code considered that ADR services in general, and mediation in particular, should be fostered. For years, the Catalan Consumer Agency used internal protocols as to assigning mediations to mediators or as regards the obligations of mediators.<sup>69</sup> Yet, there were areas where it did not employ any protocol such as for accepting a mediation case or about the obligations of the parties in a mediation process.<sup>70</sup> Other regulatory layers may now regulate some of these aspects: for instance, the draft

---

<sup>68</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law', 13.

<sup>69</sup> Respectively, see Table 15 and 16 of the CD accompanying the Llibre Blanc de la mediació a Catalunya, La mediació de consum a Catalunya; Tabulació de freqüències enquesta any 2008.

<sup>70</sup> Also respectively, see Table 15 and 16 of CD accompanying the Llibre Blanc de la mediació a Catalunya, La mediació de consum a Catalunya; Tabulació de freqüències enquesta any 2008.



Decree on consumer mediation in Catalonia shall pose some obligations towards the conflicting parties in a mediation procedure.<sup>71</sup>

Another complexity derives from the fact that online mediation may be offered not as a stand-alone solution, but in conjunction with other services: an ADR provider may offer a combination of ADR services *à la carte* for consumer and traders, ranging from less binding to more binding or encompassing basic technological tools or sophisticated devices. In addition, the consumer domain presents its own distinctive peculiarities that have to be taken into account, which may differ from other domains such as family law. Therefore, as a new regulatory system, online consumer mediation should be based on some principles, some essential characteristics of the system.<sup>72</sup> These principles could be built from hard law instruments when they are applicable, and also by soft law and the other regulatory layers.

#### 2.4.5.1.1. Legislative regulatory levels of mediation rules

Today, there are different legislative instruments affecting consumer mediation, at the European, Spanish and Catalan level. It must be observed that there are some instruments applicable to mediation in the general scope of private law and some instruments that are devoted to apply to the specific domain of consumer mediation. The applicability of those generic instruments to the field of consumer mediation is far from clear. The following lines deal with this aspect.

- As regards the European level, the EC Directive 2008/52 of mediation in civil and commercial matters applies to “civil and commercial matters except as regards rights and obligations which are not at the parties’ disposal under the relevant

---

<sup>71</sup> According to article 8 of the Draft Decree on the procedure of consumer mediation in Catalonia, parties must act with good faith. Proposta de Decret sobre el procediment de mediació en les relacions de consum. Accessible at [http://www.consum.cat/ecofin\\_webacc/AppJava/uploads/Text%20del%20projecte%20de%20decret%20de%20mediacio%20.pdf](http://www.consum.cat/ecofin_webacc/AppJava/uploads/Text%20del%20projecte%20de%20decret%20de%20mediacio%20.pdf) (Last accessed March 2013).

<sup>72</sup> References to core principles of ODR may be found in Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice', 108. The existence of nuclear or structural principles of mediation has also been recognised in Elena Lauroba and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' in Pompeu Casanovas, Jaume Magre and Elena Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. edn, Huygens 2011) 827, 838; Aura Esther Vilalta Nicuesa, 'El marco jurídico: derecho comparado' in Pompeu Casanovas, Jaume Magre and Elena Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Departament de Justícia. Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011), 161.

applicable law”.<sup>73</sup> Although it has been said that this instrument is not applicable to consumer disputes, there might be some reasons to defend its application in the consumer domain.<sup>74</sup> The first reason is that the EC Directive refers to some matters that are excluded from its scope of application but it does not refer to consumer aspects.<sup>75</sup> In this regard, it should be noted that the concept “civil and commercial matters” has been interpreted in the framework of the 1968 Brussels Convention and the EC Regulation 2001/44 by the Court of Justice of the European Communities.<sup>76</sup> Accordingly, this must be regarded as an independent concept that must be construed with reference to both the objectives and scheme of the Convention (and Regulation) and to the general principles which stem from the corpus of the national legal systems.<sup>77</sup> Following this interpretation, the domain of consumer law would fall within the general domain of civil and commercial matters. Moreover, recital 11 of EC Directive 2008/52 sets out some mechanisms that should not apply to this instrument. Consequently, it refers to different ADR mechanisms from mediation such as negotiation, adjudication, judicial conciliation schemes, expert determination and formal recommendation. Therefore, when this Recital refers to consumer complaint schemes, it should be interpreted that it refers to adjudicatory consumer complaint

---

<sup>73</sup> EC Directive 2008/52/EC on mediation in civil and commercial matters, OJEU L 136/3, of 24.05.2008.

<sup>74</sup> Generally, the Spanish doctrine has considered that the Directive is not applicable to consumer disputes. See, for instance, I. Barral Viñals, 'Consumer Complaints, Access to Justice and e-Confidence: From ADR to ODR' in M. Poblet and others (ed), *Courts and Mediation. New Paths for Justice. Selected Papers from the Symposium on Courts and Mediation, GEMME-Catalan White Book on Mediation, Cosmocaixa, Barcelona, June, 18th-19th, 2009* (European Press Academic Publishing 2010) 97-111, 98; Marta Blanco Carrasco, 'Artículo 2.3. Mediaciones excluidas del ámbito de aplicación de la ley.' in Leticia García Villaluenga and Carlos Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012* (Reus 2012) 41, 42.

<sup>75</sup> Article 1.2 states that “it shall not extend, in particular, to revenue, customs or administrative matters or to the liability of the State for acts and omissions in the exercise of State authority (acta iure imperii)”.

<sup>76</sup> 1968 Brussels Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters (Consolidated version published in OJEC No 27/1 of 26.01.1998) and Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters (OJEC L 12, 16.1.2001), consolidated version accessible at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2001R0044:20120314:EN:PDF> (Last accessed March 2013).

<sup>77</sup> Court decisions of 14 October 1976, 1976/29, case *LTU v Eurocontrol* (European Court Report 1976, 1541-1560, also accessible at <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61976J0029:EN:HTML>); Court decision in case *Netherlands' State v. Rüffer* of 16 December 1980, 79/814 (European Court Report 1980, 3807-3837). Accessible at <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61979CJ0814:EN:PDF> (Last accessed March 2013).

schemes.<sup>78</sup> Furthermore, recital 18 refers to the Commission Recommendation 2001/310 and states that in the area of consumer protection “any mediators or organizations coming within the scope of that Recommendation should be encouraged to respect its principles.” In addition, the European Parliament proposed an amendment to the Mediation Directive declaring that the principles of the EC Recommendation 2001/310 be included in the final text. The amendment was finally rejected, and thus the principles were not included in the text; however, the vision of the European Parliament clearly stated that the Mediation Directive was applicable to consumer disputes.<sup>79</sup>

- In this regard, very recently two European legislative instruments have been approved. The proposal for a Directive on consumer ADR considers “the Mediation Directive promotes the amicable settlement of disputes including consumer disputes”<sup>80</sup>. Moreover, recital 19 of the final text of the Directive establishes “This Directive is intended to apply horizontally to all types of ADR procedures, including to ADR procedures covered by Directive 2008/52/EC.” The final text determines that in the event of conflict between the Mediation Directive and the Directive on Consumer ADR, the ADR Directive should prevail.<sup>81</sup> Moreover, whereas the Directive does not contain any provision as regards the enforceability of mediation agreements, it has a provision concerning the effect of ADR on limitation and prescription periods, which is almost a literal copy of article 8 of the mediation Directive. As regards the former aspect, it could be interpreted that the Directive on consumer ADR does not oppose to mediation agreements be enforceable, but that merely leaves this matter for the mediation Directive.

The Directive on consumer ADR will establish a common regime for both “domestic and cross-border disputes concerning contractual obligations stemming

---

<sup>78</sup> Recital 11 establishes that This Directive should not apply to “processes of an adjudicatory nature such as (...) consumer complaint schemes (...)”.

<sup>79</sup> Recital 19 Directive on consumer ADR.

<sup>80</sup> European Commission, *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) {SEC(2011) 1408} {SEC(2011) 1409} (COM(2011) 793/2, 2011).*

<sup>81</sup> Recital 19 and Article 3 Directive on consumer ADR.

from sales contracts or services contracts between a trader established in the Union and a consumer resident in the Union through the intervention of an ADR entity which proposes or imposes a solution or brings the parties together with the aim of facilitating an amicable solution.”<sup>82</sup> Accordingly, it will be applicable to all type of ADR processes, including mediation. This is based upon two existing soft law instruments that set out the principles applicable to B2C out-of-court bodies acting with an active role (the EC Recommendation EC/1998/257) and acting with a passive role (EC/2001/310).

- Moreover, very recently the European Parliament has also approved the final text of a Regulation on consumer ODR.<sup>83</sup> This legislative instrument will set up an online platform for the resolution of cross-border online complaints between a consumer resident in the Union and a trader established in the Union.<sup>84</sup> This ODR platform shall be an interactive website which may be accessed electronically, free of charge and in any official language of the Union.<sup>85</sup> According to its Article 5.4, the platform shall provide some functions such as an electronic complaint form for complainants. Moreover, once a complaint is received, the ODR platform shall inform the respondent party about the complaint. Furthermore, it shall identify the competent ADR entity or entities and transmit the complaint to the ADR entity, which the parties have agreed to use. In addition, this ODR platform shall offer an electronic case management tool free of charge.<sup>86</sup>

- As regards Spanish Law, and meanwhile the Directive on Consumer ADR is not enacted and transposed into the national legislations, the bodies providing ODR services in the consumer field must determine what the third party’s role is.

---

<sup>82</sup> Art. 2 Directive on consumer ADR.

<sup>83</sup> European Parliament, 'Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 (Regulation on consumer ODR)'. Once the Directive on consumer ADR is transposed into the Member States’ national legislation, and the ODR Regulation is published in the Official Journal, ODR Providers offering consumer arbitration, mediation or conciliation services will be subjected to its rules.

<sup>84</sup> Art. 2.1 according to the EP position of 12 march 2013. “This Regulation shall apply to the out-of-court resolution of disputes concerning contractual obligations stemming from online sales or service contracts between a consumer resident in the Union and a trader established in the Union through the intervention of an ADR entity listed in accordance with Article 20(2) of Directive 2013/.../EU and which involves the use of the ODR platform.”

<sup>85</sup> Article 5 Regulation on consumer ODR.

<sup>86</sup> Article 5.4 d) Regulation on consumer ODR.

Depending on the role that the third impartial adopts, the ODR provider shall adjust its activities to one or other legal instruments. When the third party's role is of an arbitrator, it shall act according to arbitration laws; when the third party acts with the role of a mediator, it shall act according to mediation laws. Moreover, other aspects shall be taken into account, namely the scope of application of those rules; consumer schemes are only applicable to Business to Consumer disputes, B2C.

- The Real Decreto 231/2008 establishes a framework for disputes within the Consumer Arbitration Scheme. Its main characteristics have been explained in the introductory chapter of this thesis.<sup>87</sup> As it has been said, it sets up an arbitration procedure based in the Public Administrations and a previous phase of mediation. In addition, Ley 60/2003 on arbitration is suppletoryly applicable.<sup>88</sup>
- Ley 5/2012 of mediation in civil and commercial matters transposes in Spain EC Directive 52/2008.<sup>89</sup> This instrument has added a common framework of mediation processes applicable to Spain. Nevertheless, its article 2.2 declares that it is not applicable to consumer disputes.<sup>90</sup> It is believed that this provision is not intended to limit mediation to other domain areas such as in the consumer field but to reserve its regulation to the corresponding specific legal instruments.<sup>91</sup> However, some of its provisions might be also considered applicable to consumer disputes. For instance, this Act contains some provisions regarding prescription limits. This is intended for parties having made use of a mediation process are not subsequently prevented from initiating a judicial or arbitration process in relation to that dispute by the expiry of limitation or prescription periods.<sup>92</sup> If this aspect would not be applicable to consumer disputes it would mean that parties initiating a mediation process in a consumer-

---

<sup>87</sup> See the introduction of this doctoral thesis for an overview over the Consumer Arbitration Scheme.

<sup>88</sup> Ley 60/2003, de arbitraje.

<sup>89</sup> Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles. (BOE No 162, of 7 July 2012).

<sup>90</sup> See, for instance, Marta Blanco Carrasco, 'Artículo 2.3. Mediaciones excluidas del ámbito de aplicación de la ley.' 41, 47 et seq.

<sup>91</sup> Carlos Rogel Vide, 'Artículo 1. Concepto' in Leticia García Villaluenga and Carlos Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012* (Reus 2012) 9. As it is established by the Explanatory Memorandum.

<sup>92</sup> Article 4 Ley 5/2012, de 6 de Julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles (BOE No 162, of 07.07.2012), and article 8 of Directive 2008/52, of mediation in civil and commercial matters (OJEC L 136/3 of 24.05.2008).

related aspect might be later on prevented from initiating judicial proceedings or arbitration to that dispute, aspect that would be against the aim of the Mediation Directive.<sup>93</sup> Moreover, the final text of the Directive on consumer ADR specifically deals with this concern, although it leaves for the Member States how they should guarantee that parties are not prevented from initiating judicial proceedings.<sup>94</sup>

Moreover, Ley 5/2012 establishes a formal procedure as regards the enforcement of mediation agreements. Here, consumer arbitrations within the Consumer Arbitration Scheme (CAS), done at the umbrella of Public Institutions are considered as binding and enforceable.<sup>95</sup> As regards mediation proceedings, Article 38.2 of RD 231/2008 establishes that the secretary of the Consumer Arbitration Board must maintain a record of the beginning and ending of the mediation as well as of its results.<sup>96</sup> Therefore, it could be suggested that a mediation agreement following this procedure could be written in an arbitration award, subsequently having the same effects as the former. Furthermore, it could be also suggested that a mediation conducted outside the CAS might be enforceable if it has taken all formality requirements enshrined by Act 5/2012. This could be a case where a high-value consumer mediation process would need to be enforced by the parties. Moreover, the Draft Decree on consumer mediation process in Catalonia recognises that consumer mediation agreements are binding and enforceable according with the current legislation.<sup>97</sup>

- Catalan Law. Since the regulation of both consumer aspects and consumer mediation in Spain is usually attributed to the exclusive competence of regional authorities or *Comunidades Autónomas*, Catalan public authorities encourage private autonomy as an effective means of resolving consumer versus traders' conflicts. Thus, the Statute of Autonomy of Catalonia establishes "Public authorities must guarantee

---

<sup>93</sup> The limitation or prescription periods may be an issue subjected to exclusive competence of the central State (art. 149.1.8 Spanish Constitution).

<sup>94</sup> Article 12 Directive on consumer ADR.

<sup>95</sup> Article 1.2 RD 231/2008, de 15 de febrero por el que se regula el sistema arbitral de consumo (BOE 48, of 25.02.2008).

<sup>96</sup> Article 38.2 RD 231/2008.

<sup>97</sup> Article 28 Draft Decree on the procedure of consumer mediation in Catalonia. This aspect is subject to exclusive competence of the central State, which is the only one that can regulate this matter following Article 149.1.8 of the Spanish Constitution of 1978.

the existence of instruments for mediation and arbitration in consumer matters, promoting awareness and use, and must support consumer and user organizations.”<sup>98</sup> Moreover, the Consumer Code in Catalonia establishes that “Public Administrations in Catalonia shall foster, in collaboration with consumer organisations, the availability of processes for voluntary dispute resolution and the settlement of claims in consumer-related matters for consumers and traders.”<sup>99</sup> In Catalonia, the Consumer Code establishes some principles for mediation in consumer affairs.<sup>100</sup> As required by the Code, today, the Catalan Government is working on a draft Decree that will enshrine both the principles and the procedure of consumer mediation in Catalonia.

- Moreover, Act 15/2009 establishes a general framework for private law mediation in Catalonia.<sup>101</sup> The applicability of this Act to consumer disputes is far from clear, although the enactment of the future Decree regulating the consumer mediation procedure will solve some of these aspects. It may be suggested that Act 15/2009 may be applicable to consumer disputes in so far as it does not collision with the principles of consumer mediation and the specificities of its procedure. This Act primarily focuses on family mediation although it also covers other private Law matters. Article 2 determines that it is applicable to family mediations and, “to any conflict in private Law where parties have to maintain relations in the future.” Indeed, there are some consumer relationships (i.e., between a telecom company and a consumer) that may fulfil this requirement. Moreover, some doctrine has suggested that whereas the principles of private Law mediation may be applicable to any mediation in private Law, the formalities of the mediation procedure may be applicable to some qualified mediations.<sup>102</sup> The flexibility of consumer mediation would suggest not applying the

---

<sup>98</sup> Article 49.2 Llei Orgànica de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya (BOE Num. 172, of 20.07.2006).

<sup>99</sup> Article 131-1 Consumer Code in Catalonia, Llei 22/2010, de 20 de juliol, del Codi de Consum de Catalunya.

<sup>100</sup> See Book I, Title III, articles 131-1 to 133-5.

<sup>101</sup> Llei 15/2009, de 22 de juliol, de mediació en l'àmbit del Dret privat. (DOGC 5432, of 30 July 2009).

<sup>102</sup> As regards Article 10 of Act 15/2009, see Joaquim Joan Forner Delaygua, 'La Ley Modelo UNCITRAL de conciliación internacional: ¿en qué puede ayudar a la conceptualización normativa de la mediación?' in Elena Lauroba, Immaculada Barral and Isabel Viola (eds), *Materiales Jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada edn, 2011) 95, 98.

more rigid process of private law mediation. Another clear collision derives from the limitation of online mediations.<sup>103</sup>

#### **2.4.5.1.2. Provisions fostering online mediation**

Directive 2008/52 considers that its content cannot have as a result the prevention of the use of modern communication technologies in the mediation process.<sup>104</sup> Today, there is a consensus about the legal recognition of electronic communications. There are numerous legal instruments at the international, European and national level determining that a communication or a contract shall not be denied validity for the sole ground that it is in the form of an electronic communication such as the UNCITRAL Convention of the use of electronic communications<sup>105</sup> or the electronic commerce Directive.<sup>106</sup> Both the Information Society Services (ISS) provider and the recipient of those services can submit its disputes to those ADR processes enshrined by Codes of Conduct or other self-regulation instruments. In those proceedings, parties can make use of electronic means of communication.<sup>107</sup>

Thus, the use of technology is encouraged by legislators and authorities in order to facilitate the resolution of disputes. The Spanish Law on Mediation in Civil and Commercial matters sets out some dispositions for online mediations. It establishes that parties may agree that all or some of the acts of mediation are carried out electronically, by videoconference or other similar means of transmission of the voice or image, provided that it is guaranteed the identity of the participants and the respect for the principles of mediation.<sup>108</sup> Moreover, it establishes that mediation consisting of a claim not exceeding 600 € shall be developed preferably by electronic means, unless

---

<sup>103</sup> Article 8 Llei 15/2009.

<sup>104</sup> Recital 9 Directive 2008/52.

<sup>105</sup> See, article 8 of the 2005 UNCITRAL Convention of the use of electronic communications.

<sup>106</sup> Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000, on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce), (OJEC, 17.7.2000 L 178/1). This was transposed in Spain by Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la información y comercio electrónico (BOE 25388, of 12 July 2002).

<sup>107</sup> Article 32 Ley 34/2002.

<sup>108</sup> Article 24.1 Ley 5/2012. Eduardo Vázquez de Castro, 'Artículo 24. Acciones desarrolladas por medios electrónicos' in Leticia García Villaluenga and Carlos Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012*, (Reus 2012) 311.



its use is not possible for either party.<sup>109</sup> Furthermore, it mandates the Government to develop an online simplified mediation procedure for claims for payment that shall not last more than a month.<sup>110</sup>

In addition, the Catalan Consumer Code states that the Public Administration is due to facilitate the presentation, management and resolution of conflicts through quick and effective means such as electronic communication systems.<sup>111</sup> The Draft Decree that will enshrine a consumer mediation procedure in Catalonia establishes that parties may agree that some or all of the mediation proceedings are carried out by electronic means, as long as the identity of the parties and the principles set forth in the Decree are respected. Moreover, it establishes that mediations conducted in disputes not exceeding three hundred Euros shall be developed, preferably by electronic means.<sup>112</sup>

#### **2.4.5.1.3. Effects of online mediation agreements**

A mediation agreement between the contending parties has the consideration of a private agreement between them. The principle *pacta sunt servanda* applies: private agreements should be kept between the parties, but in case one of the parties does not comply with the agreement, the mediator has no authority to enforce the agreement upon the parties and this may not be considered an enforceable order.<sup>113</sup> Thus, Article 6 of EC Directive 2008/52 addresses this concern and expresses that “Member States shall ensure that it is possible for the parties or for one of them with the explicit consent of the others to request that the content of a written agreement resulting from mediation be made enforceable”. Accordingly, the content of the agreement may be made enforceable “by a court or competent authority in a judgment or decision or in an authentic instrument in accordance with the Law of the

---

<sup>109</sup> Article 24.2 Ley 5/2012.

<sup>110</sup> Final Provision No 7, Ley 5/2012.

<sup>111</sup> Article 126.12 of the Consumer Code establishes: “The Government of Catalonia must ensure consumers have easy access to information regarding their rights and obligations and should provide the presentation, processing, and, if necessary, resolution of their complaints and claims by means of fast and efficient media such as electronic communication systems.”

<sup>112</sup> Article 21 Proposta de Decret.

<sup>113</sup> Isabel Viola Demestre. 'Enforceability of Agreements Resulting from Mediation' (Courts and Mediation. New Paths for Justice: Selected Papers from the Symposium on Courts and Mediation, GEMME-Catalan White Book on Mediation European Press Academic Publishing, Barcelona 18-19th June 2009 2011) 61, 62.

Member State where the request is made.”<sup>114</sup> There are two basic ways for transposing this obligation: by the homologation of the agreement by a court, or the protocolization of the agreement by an authority such as a Notary.<sup>115</sup> The first option is undertaken by some EU Member States such as in Italy<sup>116</sup> or in the UK. For instance, in the UK, mediated cross-border disputes can be enforced by a court decision.<sup>117</sup> Spanish legislation has enshrined the second option, the protocolization of the mediation agreement by a Public Notary.<sup>118</sup> In order for the Notary to protocolize the agreement, parties shall provide the Notary with the agreement and the initial and final acts and other formalities that Act 5/2012 establishes.<sup>119</sup> In addition, it could be suggested that a mediation agreement on a B2C conflict could also be considered enforceable if it has followed the formality requirements of Act 5/2012.<sup>120</sup> It is true that the cost of protocolization could be higher than most low-value consumer complaints,<sup>121</sup> but it seems that there is no reason to deny these effects to consumer mediations outside the Consumer Arbitration Scheme.<sup>122</sup>

Nevertheless, the enforceability of mediation agreements rests on the will of both parties, aspect that may be precisely difficult to ask when one of the parties does not voluntarily comply. In this regard, it could be noted that some codes of conduct

---

<sup>114</sup> Article 6.2 Directive 2008/52/EC.

<sup>115</sup> Moreover, it recognises the principle of mutual recognition that indicates that a mediation agreement that is enforceable in one Member State should be recognised and declared enforceable in other Member States. Recital 20 EC Directive 2008/52.

<sup>116</sup> Decreto Legislativo 4 marzo 2010, n. 28.

<sup>117</sup> Even if the court has to make sure that each of the parties has given explicit consent to the application for the order. UK Civil Procedure Rules, Part 78.24 (5, 6).

<sup>118</sup> Article 25 Ley 5/2012, de 6 de julio de 2012, de mediación en asuntos civiles y mercantiles and Article 517.2.2 of Ley Enjuiciamiento Civil (LEC). Furthermore, in court-annexed mediations, parties can require the homologation of the agreement (Article 25.4 Ley 5/2012).

<sup>119</sup> Article 25.1 Ley 5/2012 and Article 517.2 LEC. Moreover, in mediations conducted in the course of a court proceeding, parties may ask for the homologation of the mediation agreement (Article 25.2 Ley 5/2012). See on this issue, Silvia Tamaro Haya, 'Artículo 25. Formalización del título ejecutivo' in Leticia García Villaluenga and Carlos Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012* (2012) 331.

<sup>120</sup> Isabel Viola Demestre. 'La mediación en asuntos civiles y mercantiles (breves notas a la Ley 5/2012, de 6 de julio)' (2012) 3(2) *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política* 159, 183.

<sup>121</sup> Carlos Rogel Vide, 'Artículo 1. Concepto' 9, 22. However, in order to foster mediation agreements, the Final Provision 3 establishes that the costs of protocolization shall be based on a low-value proceeding.

<sup>122</sup> In a course done at the Barcelona Bar Association on 18 April 2013, this author noted how several consumer mediators follow the requirements of Act 5/2012 so that the mediation agreement is considered enforceable.

may bind the parties to solve their controversies using a particular ADR/ODR mechanism. Typically, a trustmark scheme may be accompanied with an ADR mechanism to be used by the parties that are bound to the scheme. Some of these entities may also have a self-enforcement mechanism that ensures that the resolution is enforced, although this is not applicable to consensual mechanisms such as mediation. Some examples are found in the domain name area such as the .Cat Domain Name's policies. In this case, a clause referring to ADR is incorporated by reference to the domain name registration agreement, and thus the respondent is bounded to enter the ADR scheme.<sup>123</sup> In such a case, the accredited dispute resolution provider, with a determinative role, may design a panel that can order the registrar to cancel, transfer or change a particular domain name. Another example is the Confianza Online system. A trader using the Confianza Online public logo must use the ADR scheme after a consumer issues a complaint against him. He must follow a mediation process, and if no agreement is reached, he must follow a determinative process.<sup>124</sup> eBay is another example that incorporates a self-enforcement mechanism. For instance, a buyer that has not received an item or has received an item that doesn't match the seller's description can escalate the dispute to the customer support that may take a decision on the case, such as determining a full refund to the buyer.<sup>125</sup>

#### 2.4.5.1.4. Towards the principles of online consumer mediation

Online mediation in the consumer domain must remain a flexible process. As ODR has still not fully benefited from the potentialities of IT, the use of online mediation tools should be promoted with the aim at generating confidence to users, both traders and consumers. Even if there are principles that may be common in both consensual and determinative processes, there may be principles that may be differently applied in one or the other. In fact, some doctrine has considered that due process must be more demanding in an online adjudicative process than in mediation because the decision of

---

<sup>123</sup> See Chapter 2.2. The ".Cat" Domain Name's Policies are accessible: [http://nic.cat/normativa/normativa\\_procediments.html](http://nic.cat/normativa/normativa_procediments.html) (Last accessed March 2013).

<sup>124</sup> See Chapter 2.2. <https://www.confianzaonline.es/gestiona-tu-reclamacion/informacion-general/> (Last accessed March 2013).

<sup>125</sup> See chapter 2.2. <http://resolutioncenter.ebay.com/> (Last accessed March 2013).

the award is intended to replace the decision of a court.<sup>126</sup> In addition, it should be mentioned that a strict interpretation of the principles of due process in consumer mediation may prove unrealistic for pecuniary, low-value complaints.<sup>127</sup>

Thus, online consumer mediation may require a more flexible approach as regards the principles of due process. In a typical low-value consumer case, an oral hearing may be unnecessary, and parties may easily communicate with text-based communication tools. In these types of conflicts, which typically do not involve a complex decision-making case, the conflict could be addressed through a simplified procedure.<sup>128</sup> This procedure could set up online complaint forms for both the complainant and the respondent to set up their positions. These forms could also ask the parties to determine the monetary sums that each party is willing to accept. Such simplified procedures could also take into account the state of the art of blind-bidding automated negotiation, and thus enabling the parties to use software that could solve the pecuniary conflict if the parties agree on the total amount or a specific economic margin.

#### **2.4.5.2. Online Arbitration**

Arbitration has been traditionally recognized in Spain as an efficient means of dispute resolution.<sup>129</sup> Today, Law 60/2003 of arbitration establishes a general framework of arbitration in Spain, which is applicable to consumer disputes as a supplementary law of Real Decreto 231/2008.<sup>130</sup> An arbitration award has the *res*

---

<sup>126</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice', 118 et seq. In Spain, see Aura Esther Vilalta Nicuesa, 'Resolución electrónica de disputas' in M. Peguera Poch and (coord) (eds), *Principios de Derecho de la Sociedad de la Información* (Aranzadi; Thomson Reuters 2010) 391, 424.

<sup>127</sup> Julia Hörnle. 'Online dispute Resolution in Business to Consumer E-commerce Transactions' (2002) 2 *The Journal of Information, Law and Technology* (JILT) <[http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002\\_2/hornle](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002_2/hornle)> .

<sup>128</sup> Such as the new Act 5/2012 foresees. The Final provision 7 of Act 5/2012 establishes the implementation of a simplified procedure of mediation by electronic means.

<sup>129</sup> For instance, see Faustino Cordón Moreno, *El Arbitraje de Derecho Privado. Estudio breve de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje* (Civitas 2005).

<sup>130</sup> Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje (BOE No 309, of 26.07.2003, and BOE No 121, of 21 May 2011). Legislation on arbitration has been passed since the first arbitration Law of 1953 that modified dispositions on the Civil Code and the Code of Civil Procedure (*Ley de Enjuiciamiento Civil, LEC*)

*judicata* effect, thus, binding both parties and preventing them to present the same issue before a court.<sup>131</sup> Arbitration proceedings in Spain must be subjected to due process principles<sup>132</sup> and arbitrators must be impartial and independent. Accordingly, parties may challenge the arbitrators if there are serious doubts that arbitrators do not meet those requirements.<sup>133</sup> Arbitrators must follow the confidentiality principle and consequently have a duty of non-disclosure of information.<sup>134</sup> The so-called *Juntas Arbitrales de Consumo* (Consumer Arbitration Boards) are the administrative bodies located at the central, regional and local level of the Consumer Arbitration Scheme. Arbitration panels decide on the consumer controversies.<sup>135</sup>

There are a number of aspects in the general Law on arbitration that deal with technology. There are some provisions covering the communication of acts, notification, arbitration agreements and arbitral awards.<sup>136</sup> These are the following:

i) Law 60/2003 establishes that any notification or communication act done by telex, fax or any other means of electronic communications is valid as long as both the delivery and reception are recorded, further accessible and are assigned by the interested people.<sup>137</sup> The latter aspect may indicate that both parties should agree on what electronic means may be used in the process. RD 231/2008 implements this vision because it enshrines that the request for arbitration by consumers or consumer associations can be done by electronic means<sup>138</sup> and entrepreneurs can communicate their offer membership also by electronic means.<sup>139</sup> In fact, this refers to the principle of functional equivalence between the electronic means of communication and the

---

which enabled arbitration on autonomy grounds. Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, del sistema arbitral de consumo.

<sup>131</sup> Article 43 Ley 60/2003.

<sup>132</sup> Such as equal treatment, contradiction and confidentiality (art. 24 Ley 60/2003).

<sup>133</sup> Article 17.2 Ley 60/2003.

<sup>134</sup> article 24.2 Ley 60/2003.

<sup>135</sup> Article 5 and 18 respectively.

<sup>136</sup> Ana Montesinos García, *Arbitraje y nuevas tecnologías* (Thompson/Civitas 2007).

<sup>137</sup> Article 5 Ley 60/2003.

<sup>138</sup> Art. 34.1 RD 231/2008.

<sup>139</sup> Art. 25.1 RD 231/2008.

traditional means of communication.<sup>140</sup> Electronic communications and data may have the same value as written documents.

ii) As regards the formality of the arbitration agreement, Law 60/2003 considers three ways for the arbitration agreement to be valid.<sup>141</sup> It establishes that the arbitration agreement shall be in writing, in a document signed by the parties or in an exchange of letters, telegrams, telex, fax or other media communication tools that record the agreement. This latter requirement shall be met if the arbitration agreement is recorded and further accessible for subsequent reference in an electronic or optical medium,<sup>142</sup> such as the interchange of offers through web pages or through mobile texts.<sup>143</sup> RD 231/2008 also states that the arbitration agreement may be done by electronic means provided that there is a record of the agreement and is accessible for subsequent reference.<sup>144</sup>

iii) The RD 231/2008 establishes that the content and the formality of the arbitration award are subject to Law 60/2003.<sup>145</sup> As regards the formality of the arbitration award, this must be in writing and be signed by the arbitrator. Again, this is valid as long as there is a record of the content and the signatures, and it is further accessible.<sup>146</sup> Moreover, in the Consumer Arbitration Scheme parties are given a hearing process that can be done in writing, electronically or orally.<sup>147</sup>

In addition to the rules that enable the use of electronic communications in consumer arbitration, RD 231/2008 establishes an electronic consumer arbitration procedure. This is an arbitration procedure that is conducted in full, from start to the

---

<sup>140</sup> For instance, the United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts says that “where the law requires that a communication or a contract should be in writing, or provides consequences for the absence of writing, that requirement is met by an electronic communication if the information contained therein is accessible so as to be usable for subsequent reference.” Article 9.2 United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts. The text is accessible here: [http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral\\_texts/electronic\\_commerce/2005Convention.html](http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/2005Convention.html)

<sup>141</sup> Article 9.3 Ley 60/2003.

<sup>142</sup> Article 9.3 Ley 60/2003 *in fine*.

<sup>143</sup> Ana Montesinos García. 'Algunas reflexiones sobre el Convenio Arbitral' (2006) XXI Revista Española de la Corte de Arbitraje 23, 27.

<sup>144</sup> Article 24.1 RD 231/2008.

<sup>145</sup> Article 48.1 RD 231/2008.

<sup>146</sup> Article 37.3 Ley 60/2003.

<sup>147</sup> Article 44.1 RD 231/2008.

end, by electronic means. This electronic arbitration shall be conducted through the electronic application that has enabled the Ministry of Health to the Consumer Arbitration System although at the moment it is not fully operational.

## References

- Abdel Wahab MS, Katsh E and Rainey D (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).
- Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011)
- Barona Vilar S, *Solución extrajudicial de conflictos, Alternative Dispute Resolution (ADR) y Derecho Procesal* (Tirant lo blanch 1999).
- Barral Viñals I, 'Consumer Complaints, Access to Justice and e-Confidence: From ADR to ODR' in Poblet, M. and others (ed), *Courts and Mediation. New Paths for Justice. Selected Papers from the Symposium on Courts and Mediation, GEMME-Catalan White Book on Mediation, Cosmocaixa, Barcelona, June, 18th-19th, 2009* (European Press Academic Publishing 2010).
- Benyekhlef k and Gélinas F, 'Online Dispute Resolution' (2005) 10(2, summer 2005) *lex electronica*, Vol 10, Num. 2; summer 2005.
- Berger KP, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006).
- Blanco Carrasco M, *Mediación y consumidores* (Instituto Nacional del Consumo 2005).
- 'Artículo 2.3. Mediaciones excluidas del ámbito de aplicación de la ley.' in García Villaluenga, Leticia and Carlos Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012* (Reus 2012).
- Breuker J and others, 'The Flood, the Channels and the Dykes: Managing Legal Information in a Globalized and Digital World' in Breuker, Joost and others (ed), *Law, Ontologies and the Semantic Web* (IOS Press 2009).
- Casañas E and others, 'Percepción de la mediación según los profesionales de la justicia' in P Casanovas, J Magre and M<sup>a</sup> E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Cataluña* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2010).
- Casanovas P and others, 'Introducción: marco conceptual, metodología y guía de lectura' in P Casanovas, J Magre and M<sup>a</sup> E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2010).
- Casanovas P, 'El diálogo como fuente de derecho' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Justicia y



- Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d' Estudis Jurídics i Formació Especialitzada 2011).
- 'Agreement and Relational Justice: A Perspective from Philosophy and Sociology of Law' in S Ossowski (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013).
- 'Concepts and Fields of Relational Justice' in P Casanovas and others (ed), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008).
- Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009)
- Conley Tyler M and Bretherton D, 'Seventy Six and Counting: an Analysis of ODR Sites. A Report of Research conducted for the Department of Justice, Victoria, Australia' (Proceedings of the UNECE Forum on ODR 2003).
- Cordón Moreno F, *El Arbitraje de Derecho Privado. Estudio breve de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje* (Civitas 2005).
- Esteban de la Rosa, Gloria, 'Irrupción del movimiento ADR (Alternative Dispute Resolution) en las relaciones transfronterizas' (2005) 20 *Revista de la Corte Española de Arbitraje* 89-115.
- European Commission, *Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law* (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002)
- Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011)
- Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) {SEC(2011) 1408} {SEC(2011) 1409} (COM(2011) 793/2, 2011)*
- Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union* (2011)
- European Parliament, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Directive 2013/.../EU of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0373), 2013)*
- Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Regulation (EU) No .../2013 of the European Parliament*

*and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR)* ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0374), 2013)

European Parliament Legal Affairs Commission, *Final report on the proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (COM(2004)0718 – C6-0154/2004 – 2004/0251(COD))* (Final A6 0074/2007, 2007)

Fernández Rozas JC, 'Arbitraje Comercial Internacional' in J C Fernández Rozas, R Arenas García and P A de Miguel Asensio (eds), *Derecho de los Negocios Internacionales* (4ª edn, Iustel 2013).

Forner Delaygua JJ, 'La Ley Modelo UNCITRAL de conciliación internacional: ¿en qué puede ayudar a la conceptualización normativa de la mediación?' in Mª E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales Jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada edn, 2011).

Gibbons LJ, 'Rusticum Judicium, private courts enforcing private and public rights: regulating virtual arbitration in cyberspace' (1998) 24 Ohio Northern University Law Review, 1998, 24: 769 769.

Hörnle J, 'Online dispute Resolution in Business to Consumer E-commerce Transactions' (2002) 2 The Journal of Information, Law and Technology (JILT) <[http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002\\_2/hornle](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002_2/hornle)>.

--'Online Dispute Resolution: The Emperor's New Clothes?' (2003) 17 International Review of Law, Computers & Technology 27.

Katsh E and Rifkin J, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001).

Kaufmann-Kohler G and Schultz T, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004).

Komaitis K, 'Pandora's box is finally opened: The uniform domain name dispute resolution process and arbitration' (2005) 19 International Review of Law, Computers & Technology 99.

Lauroba E and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' in P Casanovas, J Magre and E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. edn, Huygens 2011).

Lodder AR, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' (2006) 15(2) Information & Communications Technology Law 143.

Lodder AR and others, 'Towards Standardisation of Online Dispute Resolution Tools' (Expanding the Horizons of ODR. Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop 08) CEUR Workshop Proceedings Series, Firenze 2008) 8.

Marchal Escalona N, 'Los mecanismos de solución extrajudicial y las controversias laborales internacionales' (2004) *Revista Española de la Corte de Arbitraje* 95-124.

Montesinos García A, 'Algunas reflexiones sobre el Convenio Arbitral' (2006) XXI *Revista Española de la Corte de Arbitraje* 23.

--*Arbitraje y nuevas tecnologías* (Thompson/Civitas 2007).

OECD, *OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress in the Global Marketplace* (2007)

Paz Lloveras E, *Libro blanco sobre mecanismos extrajudiciales de solución de conflictos. Proyecto i-confianza: autorregulación y sistemas extrajudiciales off-line y on-line de solución de conflictos para entornos de comercio electrónico* (AENOR, 2002)

Poblet M, 'Introduction: Bringing a New Vision to Online Dispute Resolution' (Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop 08). In conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) Firenze, Italy December 13, 2008) 1-7.

Poblet M and Casanovas P, 'Towards a convergence of the e-justice and ODR research domains' (Proceedings of the 4th International Workshop on Online Dispute Resolution. In conjunction with the 11th International Conference on Artificial Intelligence & Law (ICAAIL) Palo Alto June 8 2007) 57.

Rabinovich-Einy O, 'Reflecting on ODR: The Israeli Example' (Expanding the Horizons of ODR: Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution in conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) CEUR Workshop Proceedings Series, 13 December 2008) 13.

Rogel Vide C, 'Artículo 1. Concepto' in L García Villaluenga and C Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012* (Reus 2012).

Rule C, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002).

--'ODR and Web 2.0' (2006) Mediate.com, November 2011 <<http://www.mediate.com/articles/rule4.cfm>>.

Tamaro Haya S, 'Artículo 25. Formalización del título ejecutivo' in L García Villaluenga and C Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012*. (Reus 2012).

Vázquez de Castro E, 'Artículo 24. Acciones desarrolladas por medios electrónicos' in L García Villaluenga and C Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012*. (Reus 2012).

Vilalta Nicuesa AE, 'Resolución electrónica de disputas' in M Peguera Poch (coord), *Principios de Derecho de la Sociedad de la Información* (Aranzadi; Thomson Reuters 2010).

--'El marco jurídico: derecho comparado' in P Casanovas, J Magre and E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Departament de Justícia. Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).

Viola Demestre I, 'Enforceability of Agreements Resulting from Mediation' (Courts and Mediation. New Paths for Justice: Selected Papers from the Symposium on Courts and Mediation, GEMME-Catalan White Book on Mediation European Press Academic Publishing, Barcelona 18-19th June 2009 2011) 61.

--'La mediación en asuntos civiles y mercantiles (breves notas a la Ley 5/2012, de 6 de julio)' (2012) 3(2) *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política* 159.

UNCITRAL, Online dispute resolution for cross-border electronic commerce transactions: draft procedural rules (A/CN.9/WG.III/WP.119 (11 March 2013)).

Wooldridge M, 'Foreword' in Ossowski, Sascha (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013).

## **Chapter 3**

### **Insights of Consumer Mediation in Catalonia: Regulatory**

#### **Principles for the Online Environment**

##### **3.1. Introduction**

This chapter is devoted to present consumer mediation in Catalonia. Chapter 3.2 contains an in-depth research as regards the implantation of mediation as a conflict resolution mechanism in consumer protection bodies in Catalonia. It undertakes a quantitative research as to uncover several issues such as the entities providing consumer mediation services in Catalonia, the distribution of mediations by sectors, the parties of mediation processes and the results of mediation processes. Moreover, it undertakes a qualitative research with focus groups devoted to analysing various aspects of consumer mediation in Catalonia, such as the recourse to ODR processes or the principles of consumer mediation. Furthermore, it proposes an assessment of consumer mediation as regards the legal landscape, or the perceptions of users to name only some aspects. Finally, it presents some conclusions and recommendations that place special emphasis on a clarification of the legal landscape and the provision of information, the former being a key element to solve biased perceptions by users. Moreover, it also recommends the development of TIC for consumer disputes.

Chapter 3.3 explores the regulatory regime of online consumer mediation in Catalonia. It shows the regulatory framework of mediation and ADR in the consumer field and analyses the principles that may be applicable to the online environment. In this respect, it analyses the principles enshrined by the Catalan Consumer Code, namely the principles of self-determination and voluntary participation, impartiality, confidentiality and universality. Furthermore, it takes a comparative approach as to suggest the possible inclusion of additional principles such as the principles of transparency, effectiveness and fairness. In addition, it considers the application of principles related to electronic communications such as information security and interoperability.



### **3.2. Empirical and legal analysis of consumer mediation in Catalonia**





# La mediación en el ámbito de consumo

**Immaculada Barral Viñals** (UB), Directora  
**Josep Suquet Capdevila** (IDT-UAB)

## Equipo de investigación

Eva Cordobés Millán (UB); Aura Trifu (FPS)

### Colaboradores:

**Antoni Bergua**, Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña  
**Rosa Gimeno i Leonor Bueno**, Sección de Consumo Europeo, Agència Catalana de Consum  
**Llorenç Llerena**, Presidente de la Junta Arbitral de Consumo de L'Hospitalet  
**Irene Puig**, Jefe de la Sección de Mediación, Agència Catalana del Consum

## Resumen

Este capítulo engloba el trabajo que el equipo de mediación en consumo ha realizado en el marco del Libro Blanco. Se trata del primer análisis con datos reales sobre la mediación en consumo llevada a cabo en Cataluña y prácticamente a nivel comparado, ya que gran parte de los estudios que se han realizado hasta este momento se han centrado en el ámbito más genérico de los ADR de consumo o bien se han enfocado desde una vertiente estrictamente jurídica.

La mediación en consumo en Cataluña está organizada básicamente desde la Administración pública (mediación institucional y mediación transfronteriza) y se ofrece a cualquier persona residente en Cataluña. Aun así, las asociaciones de consumidores también llevan a cabo actividades de mediación (mediación privada).

El estudio de los datos cuantitativos ha demostrado que la mediación en consumo en Cataluña ha experimentado un crecimiento exponencial (30.755 mediaciones en el año 2008) posiblemente derivado de causas diversas que se analizan en el trabajo (casos coyunturales, sectores concretos, crisis económica, especificidades en la mediación transfronteriza, etc.) y esta tendencia probablemente aumentará en el futuro.

En el análisis cualitativo del capítulo se recoge la opinión de los mediadores de consumo en Cataluña, como también las reflexiones de los expertos representantes de la mediación institucional y privada en Cataluña. Así, entre otros aspectos, se detecta una percepción de no neutralidad favorable por parte del consumidor y desfavorable por parte de la empresa que habrá que abordar en el futuro.

Uno de los problemas de encaje de la mediación en consumo ha sido la constatación de un marco normativo especial, que ha condicionado la propia calificación como mediación. No obstante, de este estudio se desprende que, en la práctica, la mediación de consumo participa de unas características básicas comunes y comparte una práctica identidad de principios con otros procesos de mediación. En nuestro caso, el mediador neutral es un facilitador, aunque el proceso es más flexible y aformal. Por otro lado, la tipología de los conflictos (similitud de los conflictos, desequilibrio entre las partes, importe económico limitado...) parece indicar que el uso de las TIC en los actuales procesos puede resultar especialmente adecuado.

### Palabras clave

Mediación en consumo, desequilibrio entre las partes, no neutralidad favorable para el consumidor, no neutralidad desfavorable para la empresa, confidencialidad, ODR, Código de buenas prácticas.

#### Agradecimientos:

Jordi Anguera, Director de la Agència Catalana del Consum y Montserrat Sagalés, Subdirectora General de Atención al Consumidor, Agència Catalana del Consum.

## Índice

- |   |  |
|---|--|
| <p>1 Marco teórico</p> <p>1.1 Las relaciones de consumo y el marco normativo doblemente especial</p> <p>1.1.1 Las relaciones de consumo</p> <p>1.1.2 Perspectiva adoptada: el marco normativo doblemente especial</p> <p>1.2 Referencia a estudios y datos comparativos</p> <p>1.3 Estado del arte en Cataluña</p> <p>1.3.1 La mediación en el sistema arbitral de consumo</p> <p>1.3.2 La mediación transfronteriza</p> <p>1.3.3 La mediación privada: la tarea de las asociaciones de consumidores</p> <p>1.3.4 La mediación en consumo y la autorregulación</p> <p>2 Análisis cuantitativo</p> <p>2.1 Los entes con actividad mediadora</p> <p>2.1.1 Superposición de entes mediadores y equilibrio territorial</p> <p>2.1.2 La organización de los servicios de mediación</p> <p>2.2 Mediaciones llevadas a cabo</p> <p>2.2.1 Distribución territorial de la mediación</p> <p>2.2.2 Distribución de las mediaciones por sectores</p> <p>2.3 Las partes de la mediación</p> <p>2.3.1 Los mediadores</p> <p>2.3.2 Las partes mediadas</p> <p>2.4 El proceso de mediación</p> <p>2.5 Resultados de la mediación</p> <p>2.5.1 Análisis de los resultados en función de los sectores</p> <p>2.5.2 El caso de los servicios financieros</p> | <p>2.6 Actuaciones de apoyo o promoción de la mediación</p> <p>3 Análisis cualitativo</p> <p>3.1 Escenarios de conflicto</p> <p>3.1.1 Entrevistas a los mediadores: las percepciones de las partes sobre la mediación y propuestas de cambio</p> <p>3.2 Grupos focales</p> <p>3.2.1 Sobre los principios de la mediación y su posible especificidad en el ámbito de la mediación en consumo</p> <p>3.2.2 Aspectos relativos al proceso de mediación</p> <p>3.2.3 Formación y funciones de los mediadores</p> <p>3.2.4 Posible desarrollo de sistemas de ODR</p> <p>3.3 Análisis cualitativo: diagramas de procesos</p> <p>3.3.1 Etapas de la mediación institucional</p> <p>3.3.2 La gestión del elemento transfronterizo en la Sección de Consumo Europeo (SCE)</p> <p>3.3.3 Proceso de mediación privada: la presencialidad</p> <p>3.3.4 Evaluación de resultados</p> <p>3.3.5 Obligaciones de las partes</p> <p>3.4 Análisis cualitativo: descripción de casos</p> <p>3.4.1 Tipología y casos de mediación interna</p> <p>3.4.2 Tipología y casos de mediación transfronteriza</p> <p>4 Prospectiva y valoración</p> <p>4.1 Prospectiva y valoración: posible evolución de los conflictos</p> <p>4.2 Prospectiva y valoración: adecuación de la mediación</p> |
|---|--|

- 4.2.1 Adecuación del marco normativo
  - 4.2.2 La percepción de la no neutralidad favorable para los consumidores y desfavorable para la empresa
  - 4.2.3 Información previa al consumidor: el principio de transparencia
  - 4.2.4 Incentivación de la mediación entre los empresarios
  - 4.2.5 Especificidades en el proceso de mediación
  - 4.2.6 Mediación y ODR
  - 4.2.7 Formación de los mediadores
- 5 Conclusiones y recomendaciones
- 5.1 Rasgos de la institución de la mediación en consumo
    - 5.1.1 Mediación, gestiones mediadoras, uso de técnicas mediadoras e inter-mediación
    - 5.1.2 Rasgos de la mediación
  - 5.2 Conclusiones
  - 5.3 Recomendaciones
    - 1. Clarificación del marco normativo
    - 2. Soluciones a la percepción de la no neutralidad
    - 3. La información previa al consumidor sobre el marco legal
    - 4. Recomendaciones para suscitar el interés de la empresa
    - 5. Duración de la mediación
    - 6. La gradación de la confidencialidad
    - 7. Homogeneizar la formación de los mediadores
    - 8. Impulso de un Código de buenas prácticas
    - 9. Desarrollo de las TIC
    - 10. Gratuidad del proceso
- 6 Apéndice legislación citada
- I Normativa estatal
  - II Normativa catalana
  - III Normativa internacional
  - IV Normativa de la Unión Europea
- 7 Bibliografía
- Documentación
- Notas

## 1 Marco teórico

### 1.1 Las relaciones de consumo y el marco normativo doblemente especial

#### 1.1.1 Las relaciones de consumo

En nuestro día a día realizamos decenas de actos jurídicos que podemos englobar dentro del marco de **las relaciones de consumo**. Compramos ropa en la tienda de al lado, adquirimos billetes de avión por Internet, llevamos el coche a un taller de reparación o simplemente vamos a celebrar nuestro cumpleaños en un buen restaurante. Todos éstos son actos de consumo y, si bien la mayoría de las veces quedamos satisfechos del producto o el servicio adquirido, en algunas ocasiones surge algún inconveniente en el producto adquirido o en el servicio prestado y se entra en la esfera del conflicto. Este capítulo tiene por objetivo establecer el estado del arte en la esfera del conflicto en el ámbito de las relaciones de consumo, presentar el estudio cuantitativo y cualitativo realizado en Cataluña y analizar la mediación como vía de resolución dentro de este ámbito.

El marco de las relaciones de consumo está configurado por el **desequilibrio existente entre el empresario y el consumidor**. El primero disfruta de una pericia, una capacidad técnica y de información que no tiene el consumidor (Botana García, 2002); a éste último se le ha considerado tradicionalmente como no experto, aunque, gracias al uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) –y, en concreto, a fenómenos relacionados con la web social–, se intuye una tendencia hacia un conocimiento más formado. En cambio, el empresario, en general, suele disfrutar de un poder económico mayor y puede disponer de un asesoramiento técnico y jurídico muy superior al de los eventuales

consumidores. La desigualdad existente en la **contratación en masa** se reproduce en la nula capacidad de negociación de que dispone el consumidor a la hora de contratar el producto o servicio, ya que el empresario suele imponer el contrato de adhesión bajo la dicha anglosajona del *either take it or leave it*; si el consumidor no acepta las condiciones del contrato, mejor que busque otro producto o servicio. Al fin y al cabo, si al consumidor le interesa un producto o servicio, lo adquiere, aunque en el contrato pueda haber alguna cláusula abusiva. Es cierto, sin embargo, que esta desigualdad tiene mucho que ver con la dimensión del empresario, razón por la cual, en ciertos supuestos de pequeñas empresas o profesionales, tal desigualdad no es tan evidente. Esto no obstante, el derecho del consumo se sustenta sobre la noción de desigualdad entre las partes, ya que está concebido como un conjunto heterogéneo y tuitivo de la parte débil del contrato.

Esta idea de protección al consumidor, plenamente instaurada en nuestro derecho, surge a partir del *movimiento consumerista*, iniciado ya en los años 60 en los Estados Unidos de América con el denominado *movimiento consumerista*, que más tarde penetró en las instituciones comunitarias y que rompe con una premisa básica del capitalismo posterior a la Segunda Guerra Mundial (Bourgoignie et al., 1987). A mediados de siglo pasado se consideraba que el consumidor era el máximo beneficiario de la economía de mercado y de la libre competencia, ya que, por ejemplo, podía escoger aquel producto según la calidad y precio que fuera mejor para él. Al contrario, la sofisticación de ciertos productos, la publicidad, el crédito o el surgimiento de los contratos de adhesión, entre otros aspectos, hizo ver que era necesario establecer normas protectoras para el consumidor ya que el libre mercado comportaba un desequilibrio entre consumidor y empresario<sup>1</sup>. Así, la Constitución Española de 1978 instaura esta noción del derecho del consumo con el fin de complementar la economía de mercado<sup>2</sup>. El Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (an-

tigo Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea) dedica el título XV (artículo 169) a la protección de los consumidores<sup>3</sup>. Por su parte, el Estatuto de Cataluña de 2006 establece, dentro de sus principios rectores, que: “Los poderes públicos deben garantizar la protección de la salud, la seguridad y la defensa de los derechos y los intereses legítimos de los consumidores y usuarios.” (artículo 49.1)

Las compras de consumo suelen ser de un **montante económico escaso**; por tanto, en caso de que surja un conflicto entre las partes se da una desproporción entre el coste del producto o servicio adquirido y el coste de un eventual litigio ante los tribunales. Además del coste evidente que tiene un procedimiento judicial, su acceso también comporta una serie de dificultades derivadas de la inherente complejidad judicial. Estos elementos, en la práctica, a menudo disuaden al consumidor de acceder a los tribunales; el coste y la dificultad de abrir un proceso de este tipo es tan grande que el consumidor, en muchos casos, prefiere no acudir a esta vía (Comisión Europea, 1998)<sup>4</sup>. Por eso, en las relaciones de consumo deben fortalecerse los procesos alternativos de resolución de disputas, dado que el acceso a la justicia estática no suele ser una opción efectiva.

La revolución de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (Castells, 2003) ha comportado un cambio de paradigma en las relaciones de consumo. Si bien, hasta hace relativamente poco, los consumidores podían acceder a los productos que estaban situados en su esfera local, hoy en día, los consumidores tenemos la opción, a un clic de distancia, de adquirir productos o servicios disponibles en webs el responsable de los cuales puede estar situado en sitios remotos. **El desarrollo de las TIC** ha significado, pues, la eclosión de las barreras geográficas, tanto para los empresarios que ven cómo su mercado eventual se amplía exponencialmente –sobre todo aquéllos cuyo menor tamaño los hacía ajenos al tráfico comercial internacional–, con la supresión de intermediarios y el aumento de la competencia, como para los consumidores, ya que éstos últimos disponen, *a priori*, de un mercado ilimitado.

Así pues, la **globalización del mercado**, gracias a la red pero también gracias a otros elementos como el abaratamiento de ciertos medios de transporte, ha impregnado nuestros hábitos de consumo e indican que, hoy, muchos contratos de consumo transfronterizos se convierten en habituales. A pesar de la importancia que reviste este hecho, cuando una persona realiza un acto o transacción de consumo, generalmente no es consciente o no otorga especial importancia al hecho de que el profesional o prestador de servicios esté ubicado en otro

Estado de la UE o bien fuera del espacio europeo. Es un ejemplo de ello la escasa relevancia que se suele dar a la internacionalidad de un contrato realizado a través de una página web a través del ordenador que un consumidor tiene en casa (Ginsburg, 1998, 385). Pero lo cierto es que el coste de iniciar un procedimiento judicial en un Estado ajeno al del consumidor es mucho mayor que en un litigio interno y, además, la persona consumidora puede llegar a encontrarse con trabas u obstáculos de tipo lingüístico, de restricción de la accesibilidad a los servicios de atención al cliente o de desconocimiento o incomprensión del régimen jurídico aplicable a su relación, elementos que añaden un plus de complejidad. Con el fin de solucionar estos problemas derivados de la internacionalidad de un contrato de consumo, las instituciones comunitarias han legislado normas de derecho derivado, dentro del ámbito del Derecho internacional privado, específicas de protección al consumidor<sup>5</sup>.

Desde una vertiente material, **la actividad comunitaria de protección al consumidor ha sido intensa**, ya que el Derecho comunitario ha acumulado un conjunto normativo heterogéneo de protección del consumidor europeo, el acervo comunitario, que ha sido transpuesto al derecho interno de los Estados miembros y que está actualmente en fase de revisión<sup>6</sup>.

Por lo que respecta, específicamente, a los sistemas de resolución alternativa de conflictos (ADR), las instituciones europeas han promovido el recurso a estos sistemas desde mediados de los años noventa como herramientas al servicio de los consumidores europeos. La Comisión Europea, en su Libro verde sobre acceso de los consumidores a la justicia y solución de litigios en materia de consumo en el mercado único, publicado en el año 1993 (Comisión Europea, 1993), ya analizó los procedimientos extrajudiciales de resolución de controversias existentes en los Estados miembros, y dentro de su Plan de acción sobre el acceso de los consumidores a la justicia y la solución de litigios en materia de consumo ya preveía el recurso a los ADR (Comisión Europea, 1996). Por su parte, el Consejo Europeo, en las Conclusiones presentadas en Tampere en el año 1999, consideraba que los Estados miembros deberían instaurar procedimientos extrajudiciales alternativos. Posteriormente, el Libro verde de la Comisión Europea sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos en el ámbito del derecho civil y mercantil efectúa un amplio análisis y consulta sobre estos sistemas, que establece también son de aplicación en el ámbito del consumo (Comisión Europea, 2002). Fruto de este análisis del Libro verde nace la Directiva 52/2008, sobre algunos aspectos de mediación en asuntos civiles y mercantiles.

Anteriormente a la mencionada Directiva, la Comisión Europea había dictado dos recomendaciones, que como tales no tienen efecto vinculante, aplicables específicamente a las relaciones de consumo. En el año 1998, la Comisión Europea dicta la Recomendación 1998/257/CE, de 30 de marzo de 1998, sobre principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo (Comisión Europea, 1998). Mediante esta Recomendación, la Comisión pretende dotar de unos principios mínimos a “aquellos procedimientos que, con independencia de su denominación, conducen a una solución del litigio por intervención activa de una tercera persona que propone o impone una solución.” Se trata pues, de aquellos procesos realizados por terceros activos, como los procedimientos de arbitraje, arbitraje no vinculante o recomendación.

En el año 2001, la Comisión dicta la Recomendación 2001/310/CE, de 4 de abril de 2001, relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo (Comisión Europea, 2001). En este caso, la Comisión hace referencia a “aquellos procedimientos que buscan resolver un litigio mediante una aproximación de las partes para convergerlas de que busquen una solución de común acuerdo”, es decir, procedimientos consensuales como la mediación. Así pues, se habla de terceros activos y terceros pasivos en función del ámbito de aplicación de la primera o segunda recomendación. En los supuestos en que los terceros imparciales no dictan una resolución formal (terceros pasivos), los principios que regulan su régimen de actuación parecen más laxos que en los supuestos de terceros activos. Según la Recomendación 2001/310, las actividades realizadas por mediadores de consumo tendrán que respetar los principios de imparcialidad, transparencia, eficacia y equidad.

Desde el marco de la colaboración y cooperación entre autoridades nacionales, la Comisión Europea ha tomado diversas iniciativas tendentes a promover procedimientos de ADR de consumo a través de la creación de “redes” de organismos nacionales de información y apoyo al consumidor. Así, desde la primera “Euroguichet”, o “Red de centros europeos de consumo” del año 1991, en la cual participaba la Agència Catalana del Consum (ACC) (con la anterior denominación de Institut Català del Consum) o la Red Europea de resolución de conflictos extrajudiciales –EJJ-Net (European extrajudicial Network) de 2001–, pasando por la red FIN-NET, también creada en el 2001 en el ámbito de los servicios financieros de consumo transfronterizos, hasta la actual Red de Centros de Consumo Europeo (ECC-Net). Esta última, que surge precisamente de la fusión de las redes

Euroguichet y EJJ-Net, actúa en el ámbito de los conflictos de consumo transfronterizos y habilita un centro de contacto del consumidor en cada Estado miembro; en el Estado español se establece el Centro Europeo del Consumidor, con sede en Madrid<sup>7</sup>. En Cataluña, la Agència Catalana del Consum dispone desde hace unos años de un servicio de asesoramiento en relación con los conflictos de ámbito transfronterizo. A día de hoy, la Sección de Consumo Europeo (SCE) es el departamento incardinado dentro de la ACC encargado de ofrecer este servicio.

Ciertos datos cuantitativos analizados en este capítulo muestran como en los últimos años se ha incrementado el número de reclamaciones de consumo. De hecho, parece evidente situar este proceso de cambio dentro del más genérico paso a una **cultura prolitigadora** y propensa a las quejas existente tanto en Cataluña como en el resto del Estado (Pastor 1993, Pastor et al, 2002). Es sin embargo, en el ámbito de consumo donde este incremento puede analizarse como una consecuencia del éxito de la instauración de un canal específico de tratamiento de estas reclamaciones gestionado por la Administración cómo es el sistema institucional del sistema arbitral de consumo. Como se muestra más adelante, los datos analizados así como la situación económica actual de crisis parecen sugerir que esta tendencia no hará sino aumentar en el futuro más inmediato.

### 1.1.2 Perspectiva adoptada: el marco normativo doblemente especial

La mediación en consumo viene determinada por dos elementos que condicionan la aproximación:

#### La mediación en consumo como categoría legal

La mediación en consumo se da cuando un consumidor tiene un conflicto en relación con una empresa o un profesional, en lo que ya hemos definido como relación de consumo, definida y regulada por un **marco normativo específico**; por ello la mediación en consumo es una **categoría legal**. El análisis de la mediación en consumo parte de este hecho ya que sólo aquellos conflictos que puedan ser calificados como relaciones de consumo podrán acudir al mecanismo de la mediación en consumo.

En el ámbito de Cataluña, este cuerpo normativo está previsto, en su mayor parte, en el **Código de consumo de Cataluña** (Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código

de consumo de Cataluña)<sup>8</sup>, que define las relaciones de consumo como (art. 111-2-m):

“cualquier relación establecida entre, por una parte, empresarios, intermediarios o la Administración como prestadora de bienes y servicios y, por otra parte, las personas consumidoras. Esta relación comprende la información, la oferta, la promoción, la publicidad, la comercialización, la utilización, la venta, y el suministro de bienes y servicios, y también las obligaciones que deriven”.

Por lo tanto, la mediación en consumo abarca la resolución de conflictos que puedan entrar dentro de lo que la ley define como relación de consumo. Además, la relación de consumo significa la aplicación de un conjunto normativo propio que se decanta hacia la protección del consumidor, como fruto del desequilibrio indicado.

En este marco, la mediación en consumo ofrece:

- más flexibilidad que la vía judicial;
- una respuesta más adecuada a las necesidades de los consumidores, entre otros aspectos porque, en comparación con los procesos judiciales, estos sistemas son más rápidos y más informales, de forma que el consumidor puede encontrar vías aptas para solucionar el conflicto;
- la gestión del conflicto sin costes ya que la mediación en consumo es gratuita o con un coste muy bajo;
- con respecto a las empresas, la oportunidad de mejora de su imagen desde el punto de vista de atención al cliente.

### Marco específico de la mediación en consumo

El marco normativo del consumo es específico; y también lo es el de la mediación en consumo. En efecto, como hemos visto, **la mediación en consumo tiene un régimen legal específico** y anterior a la regulación general de la mediación civil dentro de la UE: la Directiva 2008/52/CE indica en su Considerando décimo que queda excluida de su ámbito de aplicación, junto con otras prácticas en las cuales hay acuerdo sobre el hecho de que no son mediación. En cambio, en este caso, se limita a decir que quedan excluidos los “sistemas de reclamación de consumo”, es decir, cualquier mecanismo de resolución de conflictos, sea o no mediación, en razón de su alcance material: reclamaciones de consumo. Según esta idea, la Directiva está mencionando la

existencia de un sistema propio de resolución alternativa de conflictos que, con respecto a la mediación, se encuentra recogido a nivel comunitario en una Recomendación de la Comisión Europea, que como tal no tiene efecto vinculante. La mediación de consumo, como proceso en el cual se busca el acercamiento de las partes para tratar de buscar una solución de mutuo acuerdo, está contenida en la Recomendación 2001/310/CE, de 4 de abril, sobre los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo (art. 1). Con respecto a la legislación estatal y catalana, estos procedimientos autocompositivos en relaciones de consumo se califican legalmente como mediación dentro del denominado sistema arbitral de consumo, diseñado por el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, y se prevé como una primera fase del proceso (art. 37 y 38) pero con suficiente independencia conceptual en relación con el arbitraje. Éste es el marco legal en el cual se desarrollará la actividad mediadora de consumo institucional.

La dualidad de regímenes para la mediación en consumo también surge en Cataluña, donde la Ley 15/2009, de 22 de julio, de mediación en el ámbito del derecho privado (en adelante, LMP) coexiste con el Código de consumo de Cataluña que también recoge la noción de mediación en consumo en el art. 132-1, que define como:

“un procedimiento que se caracteriza por la intervención de una tercera persona imparcial y experta, que tiene como objeto ayudar a las partes y facilitar la obtención por ellas mismas de un acuerdo satisfactorio”.

Desde este punto de vista hará falta analizar las consecuencias de esta dualidad y determinar los caracteres esenciales de la mediación en consumo.

### 1.2 Referencia a datos comparativos

Los estudios sobre la mediación en consumo suelen enmarcarse en otros que abordan todas las ADR ofrecidas a los consumidores. El pilar de esta aproximación es la efectividad de los derechos de los consumidores mediante procedimientos más ágiles y baratos que los judiciales, en una concepción amplia de la noción de acceso a la justicia.

Así, cabe destacar el estudio de la OECD “Consumer Dispute Resolution and Redress in the Global Marketplace”, que define la mediación en este ámbito como “cualquier proceso dónde un tercero neutral facilita la



comunicación entre las partes para ayudarlas a encontrar un acuerdo” (OECD, 2006: 10). Esta definición será la que adopten también los textos de la UE, y se considera esencial el hecho de que sean las mismas partes las que encuentren una solución. Aunque su alcance es general, también la mediación en consumo está dentro del mercado.

En cuanto a nuestro entorno más inmediato, la UE ha llevado a cabo una tarea importante de desarrollo y clasificación de las ADR en consumo. Desde las Recomendaciones 98/257/CE y 2001/310/CE se establece que cada Estado miembro comunique a la Comisión los nombres de los organismos de consumo responsables de la solución extrajudicial de litigios de consumo internamente reconocidos y adecuados a las recomendaciones de la Comisión<sup>9</sup>. La base de datos ADR<sup>10</sup> incluye los nombres y datos de contacto de los órganos responsables de la solución extrajudicial de litigios de consumo y que los Estados miembros y los países del EEE consideran de conformidad con estas recomendaciones.

Cuando se producen litigios de consumo transfronterizos, los Centros Europeos del Consumidor<sup>11</sup> pueden ofrecer a los consumidores información sobre los procedimientos empleados en cada Estado miembro y ayudarles a acceder a estos organismos de ADR en otro país (Comisión Europea, 2010). En esta base de datos se han identificado, por lo que respecta a la mediación, los sistemas de mediación institucional y los de mediación privada<sup>12</sup>.

Sobre esta base, la Dirección General de Sanidad y Consumo de la Comisión Europea (DG SANCO)<sup>13</sup> ha encargado dos estudios sobre la realidad de las ADR en materia de consumo en la UE; su enfoque no está limitado a la mediación, sino que es claramente transversal:

Civic Consulting: “Study of the use of Alternative Dispute Resolution in the European Union, Final Report, de octubre de 2009” (Civic Consulting, 2009). Se trata de un estudio exhaustivo sobre las ADR que funcionan en los diferentes países europeos y, entre otros aspectos, muestra que de los 750 procedimientos de ADR que se calculan competentes en conflictos entre empresas y consumidores, sólo 462 (un 60%) son notificados a la Comisión y constan en la base de datos. Algunos Estados miembros de más reciente adhesión a la UE no están notificando todavía sus organismos ADR a la Comisión Europea. En relación con España, el estudio señala un total de 76 mecanismos de ADR, de los cuales 74 han sido notificados (Civic Consulting, 2009: 12): se corresponden con los diversos organismos de consumo

que ofrecen mediación, los defensores del cliente y las asociaciones de autorregulación.

La finalidad del estudio es buscar los puntos comunes de todos los sistemas existentes y analizar en qué grado cumplen las dos recomendaciones antes mencionadas, destacando si la solución es vinculante para una o las dos partes y si existen sectores no expresamente cubiertos. En el caso español se destaca una absoluta mayoría de sistemas vinculantes para las dos partes que suman una fase de mediación y una de arbitraje (Civic Consulting, 2009:299). Aunque no se centra en el tema que estamos tratando, este estudio tiene el valor de señalar problemas del sistema y aportar elementos críticos para aplicarlos a la mediación: se carece del conocimiento de las vías de resolución de conflictos –aumentadas por una posible superposición– por parte de los consumidores; y la falta de voluntad de someterse a mecanismos vinculantes por parte de las empresas.

El segundo estudio es el realizado por The Study Centre for Consumer Law - Centre for European Economic Law de la Universidad Católica de Leuven y que lleva por título: “An analysis and evaluation of alternative means of consumer redress other than redress through ordinary judicial proceedings, Final Report” (The Study Centre for Consumer Law, 2009). La finalidad del estudio es similar al anterior, ya que estudia el conjunto de ADR ofrecido en los diferentes países, pero parte de la clasificación jurídica de los diferentes tipos, de forma que identifica y estudia los mecanismos de mediación. El estudio se dirige a la clasificación de las diferentes ADR en función de ciertos parámetros y muestra los problemas que presentan de forma transversal, pero no tiene una aproximación concreta sobre la mediación.

Por otro lado, han surgido iniciativas articuladas entorno a la mediación en consumo. Así, en algunos países como Francia y Noruega, existen organismos de mediación que están especializados por sectores como la electricidad, el gas, las agencias de viajes o el alquiler de vehículos, si bien no abarcan todos los conflictos de consumo. El sistema portugués, en cambio, es más similar al español, y establece fases sucesivas de mediación y arbitraje.

Por otra parte, tal como se muestra pormenorizadamente en el capítulo tecnológico de este Libro Blanco (Poblet et al., 2010), existen actualmente, tanto en países de nuestro entorno como en otros más lejanos, una serie de iniciativas prestadas por entidades privadas que ofrecen diversos servicios de resolución de disputas en línea, y específicamente servicios de mediación en línea. Algunos de estos proveedores ofrecen estos servicios para

un ámbito de aplicación genérico dentro del cual puede darse cabida a las actividades de consumo, y algunos ofrecen servicios de mediación en línea específicamente en el ámbito del consumo. Así, por ejemplo, la Camera Arbitrale di Milano dispone del servicio “Risolti Online”, que ofrece un procedimiento extrajudicial de resolución de litigios a distancia que incluye las controversias B2B, B2C y C2C. Éste es un servicio no gratuito ya que se tienen que abonar unos gastos proporcionales al valor de la controversia que se reclama aunque únicamente si la parte reclamada acepta la mediación<sup>14</sup>. Otro supuesto es el proveedor “Mediation Arbitration Resolution Services” (MARS) establecido en los EE.UU., que ofrece servicios de mediación en línea, además de servicios de arbitraje en línea y negociación asistida, para disputas entre empresarios y consumidores (B2C)<sup>15</sup>.

En nuestro país, es el Libro Blanco sobre Mecanismos Extrajudiciales de Solución de Conflictos en España, del Ministerio de Ciencia y Tecnología y i+confianza, de diciembre de 2002, coordinado por Paz Lloveras (Paz Lloveras, 2002). Su ámbito de estudio es genérico si bien contiene referencias a las ADR de consumo y una clasificación inicial de las iniciativas existentes. Asimismo, el estudio de Ondarza Zubieta, Resolución informal de conflictos de consumo. Un estudio comparativo entre Victoria- Gasteiz y Turku (Finlandia), (Ondarza, 1998), que contiene una parte dedicada a la mediación como forma de resolver los conflictos.

En España, la opción por el arbitraje como mecanismo de ADR preferente en el ámbito de las resoluciones de consumo proviene del Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo, por el cual se regula el arbitraje de consumo, que creaba las juntas arbitrales de consumo y les dedicaba su atención. El art. 4. b) indicaba, como funciones de las juntas, las “actuaciones de mediación respecto de las controversias derivadas de las quejas o reclamaciones de consumidores y usuarios”. Éste es el origen legal de la mediación en consumo que, en esta primera fase, se deja a la libre voluntad de las juntas, las cuales pueden potenciar o no este sistema.

La Junta Arbitral de Cataluña estableció desde el principio este doble fase<sup>16</sup>, y los primeros trabajos sobre esta experiencia, de Capdevila Nogué (2001 y 2004), destacaban las ventajas de un proceso previo de mediación. Se añade la monografía de Blanco Carrasco en el ámbito estatal en el 2005 (2005: 640) en la cual efectúa un estudio sobre cuestionarios enviados a servicios de mediación. La mediación pasa a ser una fase necesaria dentro del esquema de resolución de conflictos de las juntas arbitrales cuando el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el sistema arbitral de

consumo, la califica como fase previa al arbitraje (artículo 38); por lo tanto, de forma bastante reciente.

Esta evolución explica por qué la doctrina trata la mediación en consumo como una modalidad más de ADR estrechamente vinculada al arbitraje (Guillén Caramés, 2006; González Pillado, 2010; Samanes Ara et al., 2005). Así, en nuestro contexto más inmediato, destacan los trabajos de las Jornadas sobre el Arbitraje de Consumo realizadas en Lleida y publicadas, bajo la edición de Florensa Tomás, el año 2004 (Florensa Tomás, 2004). También hay que hacer mención de la monografía de Busto, Álvarez y Peña (Busto et al., 2008) sobre los medios que permiten a los consumidores hacer una reclamación, donde se trata también la mediación. En todo caso, suele ser el arbitraje, por su carácter más formal, el que acapara la atención. La entrada en vigor del RD 231/2008 ha originado estudios incipientes sobre la mediación. Podemos destacar las aportaciones de Blanco Carrasco (2009 a y 2009 b) y Cazorla (2009), que apuestan por un enfoque dogmático y de estudio del marco normativo. Pero ninguno de ellos ofrece un análisis cuantitativo de la mediación en consumo en Cataluña. Sin embargo, las Memorias anuales de la ACC recogen los datos cuantitativos sobre la mediación en Cataluña y nos han ofrecido su evolución histórica.

### 1.3 Estado del arte en Cataluña

La noción de consumidor es un concepto legal, definido con unas características precisas en la normativa aplicable. Por eso, de acuerdo con el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el cual se aprueba el Texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias (TRLGDCU), es consumidora toda “aquella persona física o jurídica que actúa en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional” (artículo 3). Por otra parte, se considera empresario “toda persona física o jurídica que actúa en el marco de su actividad empresarial o profesional, ya sea pública o privada” (artículo 4). En el mismo sentido se pronuncia el art. 111-2 del Código de Consumo de Cataluña. Así pues, la mediación en el ámbito del consumo incluye las relaciones denominadas B2C (Business to Consumer) y excluye las relaciones entre empresarios (B2B). La mediación en consumo puede realizarse primordialmente desde una vertiente institucional, el sistema arbitral de consumo, que, como servicio público, ofrece a los consumidores una herramienta con el fin de resolver sus conflictos. No obstante, el análisis de la realidad de la mediación en consumo en

Cataluña depasa el ámbito del sistema arbitral de consumo. Eso es así ya que, por un lado, la Administración Pública lleva a cabo una tarea mediadora general tanto en los casos en que la Ley prevé la actuación dentro del sistema arbitral, como en otros que podemos calificar al margen de este sistema; además, porque existe un servicio público especialmente dedicado a la mediación transfronteriza, la Sección de Consumo Europeo dependiente de la ACC. Por otra parte, por la existencia de una mediación de carácter privado, donde las asociaciones de consumidores han tomado una considerable importancia y donde, además, existen algunos sistemas de autorregulación que disponen de servicios de mediación que también podemos englobar como servicios privados de mediación. En primer lugar, pasamos a describir sucintamente el sistema arbitral de consumo. A continuación, describimos la mediación realizada en conflictos transfronterizos. Posteriormente, describimos los sistemas de mediación privados existentes desarrollados por las asociaciones de consumidores y por los sistemas de autorregulación.

### 1.3.1 La mediación en el sistema arbitral de consumo

La mediación llevada a cabo por los organismos públicos de consumo suele calificarse como mediación institucional<sup>17</sup>. Tal como indica su denominación, el sistema arbitral de consumo, regulado por el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, se basa en el arbitraje como sistema de resolución de controversias; de esta manera, una reclamación instada en este sistema finaliza con la resolución de un laudo arbitral que disfruta de los mismos efectos de cosa juzgada. Pero, junto con el arbitraje, el sistema arbitral de consumo establece el recurso a la mediación, como una vía previa al arbitraje. Así, el artículo 38.1 de este Real Decreto establece que:

“1. Cuando no existan causas de inadmisión de la solicitud de arbitraje se intentará mediar para que las partes alcancen un acuerdo que ponga fin al conflicto, salvo oposición expresa de cualquiera de las partes o cuando conste que la mediación ha sido intentada sin efecto”.

El apartado tercero del mismo precepto establece que:

“En todo caso, quien actúe como mediador en el procedimiento arbitral está sujeto en su actuación a los mismos requisitos de independencia, imparcialidad y confidencialidad exigidos a los árbitros”.

El sistema arbitral de consumo, tanto por lo que respecta al arbitraje como a la mediación, tiene las características siguientes:

- **Unidireccionalidad:** es un proceso unidireccional, ya que tan sólo los consumidores pueden iniciar el procedimiento de reclamación y no así los empresarios.
- **Gratuidad:** es un proceso gratuito, ya que ni consumidores ni empresarios tienen que pagar por el servicio; en todo caso, los costes del procedimiento son soportados por las administraciones públicas. Eso sí, con respecto a las pruebas, cada parte tiene que pagar los costes derivados de las practicadas a instancia suya e incluso pueden redistribuirse en caso de que el órgano arbitral aprecie mala fe o temeridad en una de las partes (art. 45 RD).
- **Voluntariedad:** la sumisión es voluntaria tanto para las empresas como para los consumidores. No obstante, una de las particularidades consiste en la adhesión pública de los empresarios al sistema: una vez realizada la adhesión pública, el empresario queda vinculado al sistema arbitral de consumo y, por lo tanto, el convenio arbitral queda perfeccionado una vez un consumidor presenta una reclamación contra aquel empresario.
- **Sin formalidades especiales:** se trata de un sistema sin formalidades especiales; en todo caso, las derivadas de la necesaria interposición de plazos.

Los órganos encargados de la administración y gestión de las reclamaciones son las juntas arbitrales de consumo (artículo 5 RD), que, entre otros aspectos, específicamente tienen encomendada la función “de asegurar el recurso a la mediación previa al conocimiento del conflicto por los órganos arbitrales, excepto que no proceda conforme a aquello previsto en el artículo 38” (artículo 6 RD). Así, la Junta Arbitral de Consumo de Cataluña (JACC) es un órgano administrativo al servicio de las personas consumidoras y empresarias que depende de la Agència Catalana del Consum, organismo autónomo de la Generalitat de Cataluña, adscrito al Departamento de Economía y Finanzas, que tiene su sede central en Barcelona. Ahora bien, la ACC también se despliega en el territorio a través de las delegaciones territoriales presentes en Girona, Lleida, Tarragona y las Terres de l'Ebre. Todas las delegaciones territoriales disfrutan de organismos que tramitan y resuelven las reclamaciones de consumo. Para facilitar el acceso de los consumidores y usuarios a los métodos de resolución extrajudiciales de conflictos se habilitan otras juntas arbitrales de ámbito municipal vinculadas a los ayuntamientos. En concreto:

las Juntas Arbitrales de Consumo de Badalona, de Barcelona, de Lleida, de Mataró, de Sabadell, de Terrassa, de Vilafranca del Penedès y de L'Hospitalet, que también llevan a término tareas de mediación. La JACC y las juntas municipales colaboran participando en el Consejo de Coordinación de Juntas Arbitrales. Sin embargo, las Oficinas Comarcales de Información al Consumidor (OCIC) y las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) ejercen competencias de consumo y, así, informan las personas consumidoras sobre sus derechos y deberes y pueden tramitar las quejas, reclamaciones, denuncias y solicitudes de arbitraje. Tanto en las oficinas comarcales como en las municipales se llevan a cabo tareas de mediación para resolver los conflictos entre consumidores y agentes económicos. Estas oficinas, en caso de que la mediación no haya acabado en acuerdo, derivarán el caso a la junta arbitral competente –según el convenio de adhesión de las diferentes empresas– y, si la empresa está adherida al sistema arbitral, indican al consumidor la posibilidad de presentar una solicitud de arbitraje, con lo cual se considerará hecho el trámite previo de mediación.

Además, estos entes pueden llevar a cabo, ocasionalmente, tareas mediadoras respecto de aquellas reclamaciones efectuadas por consumidores que no inician la vía del sistema arbitral; es decir, en los supuestos en que la empresa no esté adherida a este sistema o en aquellos casos en que el consumidor presenta una reclamación ante una empresa mediante una hoja de reclamación.

### 1.3.2 La mediación transfronteriza

El trabajo de mediación en consumo en el marco de las relaciones transfronterizas ha sido, desde hace más de 15 años, una de las funciones de la Agència Catalana del Consum (antes del 2004, Institut Català del Consum, ICC). Como ya se ha dicho, la Agència Catalana del Consum participó en la Red Europea de Centros de Información al Consumidor o Euroguichets. Además, la red EEJ-Net, que integraba los diferentes órganos de resolución extra-judicial de conflictos de consumo de los Estados miembros, inicialmente se coordinó con los centros de información al consumidor. En el año 2003, la Comisión Europea fusionó las dos redes con el fin de crear la red ECC-Net, la cual provee a los consumidores europeos de información, asesoramiento y apoyo sobre el derecho de los consumidores que compran productos o contratan servicios en un establecimiento mercantil o empresa ubicado en un Estado Miembro diferente al suyo, Islandia o Noruega. Esta red actúa estableciendo un único centro de contacto del consumidor en cada Estado miembro:

el Instituto Nacional del Consumo, adscrito al Ministerio de Sanidad y Consumo, acogió el Centro Europeo del Consumidor en España con sede en Madrid. La Agència Catalana del Consum, a pesar de no formar parte de la actual Red de Centros Europeos del Consumidor, sigue desarrollando las tareas legalmente encomendadas por la Ley 9/2004, de 29 diciembre, de creación de la Agència Catalana del Consum<sup>18</sup>. A través de la Sección de Consumo Europeo (SCE), la ACC realiza la gestión de las consultas y reclamaciones de personas consumidoras residentes en Cataluña que tienen necesidad de asesoramiento o asistencia en materia de consumo en sus relaciones con empresas y profesionales domiciliados en la UE (más de un millar de casos anuales a fecha de junio de 2010), y de personas consumidoras de la UE que necesitan idéntico asesoramiento en sus relaciones de consumo con empresas domiciliadas en Cataluña. Asimismo, la SCE colabora activamente con los Centros Europeos del Consumidor miembros de esta Red. De acuerdo con el art. 10.4 del Decreto 242/2005, de 8 de noviembre, de despliegue de la estructura de la Agència Catalana del Consum, corresponde a la Sección de Consumo Europeo, entre otras funciones, la gestión de las reclamaciones transfronterizas a través de organismos competentes en materia de consumo de los diferentes Estados, el mantenimiento de las relaciones con todos los órganos que integran la Red de Centros Europeos del Consumidor y la obtención y distribución de la información de alcance europeo en materia de consumo.

### 1.3.3 La mediación privada: la tarea de las asociaciones de consumidores

La existencia de un sistema público de servicios de mediación en consumo no impide, sin embargo, que haya procesos de mediación en consumo que no sean institucionales. En este sentido, también existe en la mediación en consumo la denominada mediación privada, llevada a cabo dentro del marco de las asociaciones de consumidores u organizaciones de personas consumidoras. Estas asociaciones están reconocidas por la regulación de la mediación en consumo. Así, el art. 23 TRLGDCU las define como entidades sin finalidad de lucro dedicadas a la representación y defensa de los derechos de los consumidores y usuarios y, en estas tareas, les proporciona representatividad en ciertos organismos públicos. Por su parte, el nuevo Código de consumo de Cataluña establece que pueden tener la consideración de organizaciones de personas consumidoras (art. 127-2): “a) las entidades sin finalidad de lucro constituidas legalmente que, de acuerdo con sus estatutos, tengan por objeto

social la defensa, la información, la educación, la formación, la asistencia y la representación de los intereses colectivos de los ciudadanos en sus relaciones de consumo, así como de los de sus miembros. b) Las entidades constituidas de acuerdo con la normativa aplicable en materia de cooperativas que incluyan en sus estatutos, como objeto social, la defensa, la información, la educación, la formación, la asistencia y la representación de las personas consumidoras, y que hayan constituido un fondo con este objeto, de acuerdo con su legislación específica.” En este contexto, el Código de consumo de Cataluña les atribuye, entre otras funciones, “la gestión de los conflictos en materia de consumo, especialmente por medio de la mediación”. (Artículo 127-4) Aunque la mediación de las asociaciones se lleva a cabo fuera del sistema arbitral de consumo, si no se llega a un acuerdo, nuevamente el consumidor puede acudir al procedimiento arbitral ante los organismos públicos antes mencionados.

### 1.3.4 La mediación en consumo y la autorregulación

Junto con los procedimientos de mediación de ámbito institucional, el marco de las relaciones de consumo no es ajeno al surgimiento de los sistemas de autorregulación o corregulación. Estos sistemas, en algunos supuestos fomentados por el propio legislador el cual establece un marco de actuación básico, permiten a un sector comercial o industrial determinado dotarse de un conjunto de normas deontológicas que mejoran el contenido del ordenamiento jurídico y que incluyen unos mecanismos alternativos de resolución de disputas para los conflictos que puedan surgir en su ámbito de aplicación. Este es precisamente el caso de los códigos de conducta surgidos al amparo de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior, y su normativa de transposición, en específico, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

En efecto, la Directiva del comercio electrónico hizo una fuerte apuesta por la autorregulación en una doble vertiente: por un lado, con la promoción de códigos de conducta que hayan disfrutado de la participación de asociaciones empresariales, profesionales o de consumidores y, por otro, con la instauración de sistemas de resolución extrajudicial de conflictos. La Ley 34/2002 abre la vía para que los prestadores y destinatarios de servi-

cios de la sociedad de la información puedan someter sus conflictos, aparte de los procedimientos previstos en la legislación de arbitraje y de defensa de los consumidores y usuarios, “a los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos que se instauren mediante códigos de conducta u otros instrumentos de autorregulación”.

La disposición final octava de la misma Ley estableció el plazo de un año para que el Gobierno aprobara un distintivo que permitiera identificar a los prestadores de servicios que respeten códigos de conducta adoptados con la participación del Consejo de Consumidores y Usuarios y que incluyan, entre otros contenidos, la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo o a otros sistemas de resolución extrajudicial de conflictos que respeten los principios establecidos en la normativa comunitaria sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores (...). Recogiendo este mandato nace el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico, regulado por el Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, y que es de aplicación para aquellos códigos de conducta destinados a regular las relaciones entre los prestadores de servicios de la sociedad de la información y los consumidores y usuarios cuando la adhesión al código conceda el derecho al uso y la administración del distintivo público<sup>19</sup>. En Cataluña, la Orden ECF/215/2007, de 30 de mayo, establece el procedimiento de otorgamiento y retirada del distintivo público de confianza en línea, así como el ejercicio de las funciones dirigidas a velar por el mantenimiento de los requisitos que justifican su otorgamiento.

## 2 Análisis cuantitativo

### 2.1 Los entes con actividad mediadora

El objetivo de la investigación consistía en desarrollar una investigación en profundidad sobre la implantación de la mediación, como herramienta de gestión y resolución de conflictos en aquellos organismos activos en el campo de las relaciones de consumo. Por lo tanto, se definió el universo de estudio estudiando los organismos que, en función de la tipología antes mencionada –mediación institucional, mediación privada y mediación transfronteriza– pueden realizar mediaciones. Como organismos públicos que realizan actividades de mediación se identificaron cuatro niveles: la Agència Catalana del Consum (a través de la JACC y la SCE), las juntas arbitrales de

consumo municipales, las oficinas públicas de información al consumidor (oficinas municipales –OMICs– y comarcales –OCICs–). Con respecto a las juntas arbitrales, hay una de ámbito autonómico, la Junta Arbitral de Consumo de Cataluña, y ocho de ámbito municipal. Las oficinas municipales de información al consumidor –OMIC–, de las cuales se identificaron 82 aunque cinco de éstas presentaban una denominación diferente a pesar de llevar a cabo la misma tarea, son la segunda vía de mediación institucional, tal como se desprende del análisis cuantitativo. Finalmente, las oficinas comarcales de información al consumidor –OCIC– adscritas a los Consejos Comarcales, pueden ejercer competencias de consumo en un total de 26.

Con respecto a la mediación privada, se han recaudado datos de las asociaciones de consumidores más representativas; por esta razón, las asociaciones consultadas han sido: la Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña –OCUC–; la Unión de Consumidores de Cataluña –UCC–; la Asociación de Consumidores de la Provincia de Barcelona –ACPB–; la Unión Nacional de Consumidores y Amas de Casa de España –UNAE–; la Coordinadora de Usuarios de la Sanidad, Salud, Consumo y Alimentación –CUS– y la Asociación de usuarios de bancos, cajas y seguros de Cataluña –AICEC-ADICAE–.

Finalmente, con respecto a la mediación transfronteriza, se identificó como ente encargado la Sección de Consumo Europeo de la Agència Catalana del Consum. No se han recaudado datos sobre la posibilidad de que este tipo de mediación haya sido llevada a término por las asociaciones de consumidores, ya que era muy difícil encontrar criterios de discriminación claros. La percepción es, sin embargo, que por sus especificidades el grueso de este tipo de mediación se concentra en este organismo especializado. Para obtener la información relativa a las entidades que configuran el universo objeto de estudio, se realizaron tres tipos de consultas:

- En primer lugar se consultó la base de datos de la Agència Catalana del Consum que contenía los datos referentes a la Junta Arbitral de Consumo de Cataluña y a la Sección de Consumo Europeo. Ambos son órganos administrativos de la Agència Catalana del Consum. Además, la ACC tiene convenio de colaboración con algunos consejos comarcales. La Ley 9/2004, de 24 de diciembre, de creación de la Agència Catalana del Consum, atribuye a este organismo autónomo administrativo todas las competencias que corresponden a la Generalitat en materia de consumo en virtud de la Constitución y el Estatuto de autonomía de Cataluña. Entre las funciones de este ente figura la de

potenciar el despliegue de las oficinas locales de consumo. De esta manera, la ACC delega competencias a los entes locales y establece el procedimiento y los mecanismos adecuados que deben utilizar para llevar a cabo las tareas de la manera más eficiente. Los consejos comarcales con convenio con la ACC durante el 2008 fueron veintiuno: Anoia, Alt Empordà, Alt Urgell, Bages, Baix Camp, Baix Ebre, Baix Empordà, Baix Penedès, Berguedà, Conca de Barberà, Garrotxa, Montsià, Osona, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla de l'Estany, Pla d'Urgell, Priorat, Ribera d'Ebre, Selva y Terra Alta.

- En segundo lugar, se hizo una encuesta a los otros organismos públicos que llevaban a cabo mediaciones y de los cuales no se disponía de datos: las juntas arbitrales municipales, las oficinas municipales de información al consumidor (OMIC) y las oficinas comarcales de información al consumidor (OCIC) sin convenio con la ACC. Con respecto a las OMIC, la encuesta se envió a 76 entidades de las cuales se pudieron obtener información precisa de contacto.
- En el ámbito privado, se efectuó una encuesta a las asociaciones de consumidores y usuarios más representativas con actividad de mediación.

En este sentido, se consideró que el universo de las asociaciones de consumidores tenía que ser acotado en función del concepto de asociación más representativa según el art. 17.2 de la Ley 3/1993, de 5 de marzo, del Estatuto del consumidor y el Decreto 23/1998, de 4 de febrero, por el cual se establece el régimen de subvenciones de las organizaciones de consumidores y usuarios así como los requisitos de las organizaciones más representativas. De conformidad con la regulación mencionada, las asociaciones más representativas son aquellas que están inscritas en el Registro de asociaciones de consumidores y usuarios de Cataluña y que, además, tienen un mínimo de dos mil asociados y una implantación territorial, como mínimo, de diez comarcas. De esta forma, se consideró que este tipo de asociaciones cumplían los requisitos necesarios con el fin de dar cifras de mediación en consumo que fueran validables tanto por la homogeneidad en los datos a tratar (de volumen de mediaciones y conflictos tratados), como por la implantación territorial. Podían ofrecer, como efectivamente así ha sido, datos homologables a los provenientes de la mediación realizada por entes públicos. Así pues, los entes consultados en este estudio han sido todos aquellos que, siguiendo los tipos de mediación identificados en el apartado anterior, han generado sistemas de mediación en consumo. El total de entes de los que hemos

obtenido respuesta ha sido de 113. Los datos solicitados corresponden a 2008, ya que en el momento de iniciarse el estudio los datos de 2009 todavía no habían sido procesados.

**Tabla 1: Entes consultados**

Fuente	Tipo de entidad	Frecuencias
Base Datos y encuesta ACC*	JACC*	5
	SCE*	1
Encuesta entidades territoriales	OMIC*	61
	OCIC*	26
	JJAA*	8
	Otros*	6
Encuesta AACC*		6
<b>Total</b>		<b>113</b>

Fuente: elaboración propia

\*ACC: Agència Catalana del Consum; JACC: Junta Arbitral de Consumo de Cataluña - Sección de Mediación (ACC. Incluye delegaciones territoriales de la ACC); SCE: Sección de Consumo Europeo (ACC); OMIC: Oficina Municipal de Información al Consumidor; OCIC: Oficina Comarcal de Información al Consumidor (consejos comarcales con y sin convenio con la ACC); JJAA: juntas arbitrales municipales; AACC: asociaciones de consumidores y usuarios; Otros: Se refiere a otros tipos de servicios, y al Conselh Generau de Arán, que se equipara a un Consejo Comarcal en función de su estatuto diferenciado.

### 2.1.1 Superposición de entes mediadores y equilibrio territorial

Con respecto a los datos obtenidos hay que decir que del total de entes consultados (113), intervienen en la gestión de controversias mediante actuaciones mediadoras un número de 85 entidades, es decir, el 75% de las entidades que configuran el universo de estudio. De todas estas entidades mediadoras, 80 son entes públicos y cinco, organismos privados. La mediación institucional es realizada por seis entidades de ámbito autonómico, 23 oficinas de ámbito comarcal y 50 entidades de ámbito municipal. Con respecto a los entes con actividad mediadora, todas las juntas arbitrales llevan a cabo tareas de mediación y un 88% de los consejos comarcales también. Con respecto a las OMIC, el 68,8% de las oficinas hacen mediación. Estos datos revelan una intensidad decreciente de la actividad mediadora en función del ámbito territorial en que nos movemos, pero la horquilla es relativamente reducida, de forma que podemos decir que la actividad mediadora institucional en materia

de consumo es intensa en todos los niveles. Dentro del apartado de “otros” se incluyen dos tipos de entidades: por una parte, oficinas municipales que no están diseñadas como OMIC sino como oficinas de atención al ciudadano (OAC), que recogen también reclamaciones de consumo; ninguna de ellas, sin embargo, realiza tareas de mediación. También consta en este apartado el Conselh Generau de Arán, por su estatuto diferenciado, que actúa en el ámbito comarcal propio de forma asimilada a un consejo comarcal. Con respecto a la mediación privada, cinco de las seis asociaciones más representativas consultadas (80%) llevan a cabo actividades de mediación privada, aunque en el caso de una de ellas no se han podido obtener datos cuantitativos. La asociación que no lleva a cabo mediaciones es la única que actúa en un ámbito material concreto: los productos financieros, y los datos negativos se explican en función de la estructura de reclamaciones propia de este producto, cómo veremos en el epígrafe dedicado a los resultados de la mediación.

Del esquema global hay que concluir que la actividad de mediación en consumo es intensa en relación con el conjunto de órganos que pueden llevarla a cabo. Por otra parte, los consumidores y los usuarios disponen de libertad para dirigirse a la Administración pública o a la entidad privada que les convenga con el fin de iniciar los trámites de la mediación. No obstante, la superposición de las vías de reclamación acostumbra a identificarse con el área metropolitana ya que, tal y como reflejan los datos, los reclamantes acostumbran a presentar sus reclamaciones ante la entidad más próxima a su residencia (OMIC; OCIC o delegaciones territoriales) o en un lugar, donde existe un punto de conexión (por ejemplo el trabajo, el fácil acceso, etc). En las grandes áreas urbanas, la coexistencia en el mismo ámbito territorial de diferentes servicios que llevan a cabo la mediación no representa, pues, un problema sino un beneficio para los consumidores en términos de elección. En otras zonas, la existencia de OCIC puede aliviar la tarea de ayuntamientos relativamente pequeños, sin dejar de ofrecer un servicio público.

Por otra parte, la instancia que recibe una reclamación realiza la mediación sin problemas competenciales ya que la mediación es esencialmente voluntaria, de forma que sólo hace falta el acuerdo de la empresa al comunicarse la reclamación hecha por el consumidor –única parte que puede iniciar el procedimiento–. El Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el cual se regula el sistema arbitral de consumo, establece criterios de competencia en su artículo 8: preferencia de las cláusulas de sumisión contractuales y domicilio del consumidor con

carácter residual. Pero esta determinación deja siempre la posibilidad de mediar, ya que la competencia rige para el sistema arbitral de consumo y, por lo tanto, sólo en las mediaciones dentro de este sistema. Hay que destacar también que, en entornos fuera del área metropolitana, la tarea de los ayuntamientos a través de las OMIC acerca el mecanismo al ciudadano. Y en los municipios con junta arbitral, la relación entre las dos instancias es especialmente intensa. Por otra parte, la importancia de las tareas llevadas a cabo por las OMIC son vitales en aquellos territorios donde no hay junta arbitral.

**Tabla 2. Entes con actuaciones mediadoras**

Tipos de entidad	Frecuencias	%
JACC*	5	5,88
SCE	1	1,18
OCIC**	23	27,06
OMIC	42	49,41
JJAA	8	9,41
AACC	5	5,88
Otros	1	1,18
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100,00</b>

Fuente: elaboración propia

\* JACC (Barcelona) y delegaciones territoriales de la ACC (Tarragona, Girona, Lleida y Terres de l' Ebre).

\*\* Consejos comarcales con convenio con la ACC (18); consejos comarcales sin convenio con la ACC (5).

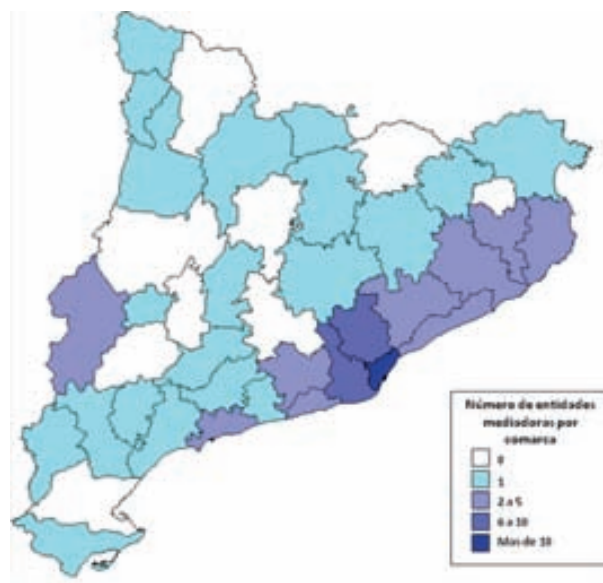
### 2.1.2 La organización de los servicios de mediación

Los servicios de mediación institucional suelen trabajar con medios propios en los niveles superiores. La mediación se realiza exclusivamente con mediadores propios en el caso de la JACC y delegaciones territoriales de la ACC, así como por la SCE, también integrada dentro de la ACC, por las juntas arbitrales municipales o las OCIC. Sólo externalizan el servicio (generalmente de manera parcial) algunas OMIC y una de las asociaciones de consumidores encuestadas. Las derivaciones hacia servicios externos se hacen, predominantemente, hacia organismos públicos (la mayor parte indica derivar a la JACC, SCE, Diputación de Barcelona u otras juntas arbitrales); una entidad afirma derivar a asociaciones de consumidores y usuarios, y dos contratan servicios de abogados externos. Con respecto a la distribución territorial de las 85 entidades con actividad de mediación, más del 60%

se concentran en la demarcación de Barcelona. Tarragona, Girona y Lleida tienen una incidencia similar (11, 12 y 13% respectivamente) y finalmente, en las Terres de l' Ebre nos consta una presencia de entes mediadores del 2%. El desglose de estos datos puede consultarse en el directorio de las Tablas de estadísticas generales (cap. 5, CD-ROM del Libro Blanco). Hay que mencionar que, aunque los porcentajes podrían variar (los datos analizados no incluyen el Consejo Comarcal del Baix Ebre y, posiblemente, entidades del Àmbit Territorial Funcional de las Terres de l' Ebre), las proporciones no se verían afectadas de manera importante.

**A nivel de comarcas, la red de entes mediadores es más densa en el Barcelonès (más de 10 entes), en el Vallès Occidental y en el Baix Llobregat (entre seis y 10 entidades cada una).** En sentido contrario, y tal como puede observarse en el mapa siguiente, **hay nueve comarcas sin ninguna entidad mediadora.** Las controversias provenientes de estas comarcas, así como parte de las disputas procedentes de las veinte comarcas donde la actividad de mediación se realiza por sólo un ente (generalmente, por el Consejo Comarcal), se gestionan por la JACC de Barcelona, o bien por las delegaciones territoriales de la ACC. Para el resto de nueve comarcas se estima una media de tres entidades.

**Mapa 1: Número de entidades mediadoras en Cataluña (2008)**



Fuente: elaboración propia



## 2.2 Mediaciones llevadas a cabo

En el año 2008, en Cataluña, se realizaron 30.755 mediaciones de consumo, 972 de las cuales en asuntos con carácter transfronterizo, es decir, controversias con una de las partes con domicilio fuera del territorio español. El resto son mediaciones internas, entendidas como la suma de la mediación institucional no transfronteriza y la privada. La conclusión más evidente es que el número de mediaciones en consumo aumentará exponencialmente, y al mismo tiempo de forma coyuntural, por la existencia de conflictos puntuales que afectan a una gran cantidad de consumidores.

En este sentido, hay que indicar que los datos de la ACC se ofrecen en paralelo según se trate de mediaciones transfronterizas llevadas a cabo por la SCE (972), o por la JACC (11036). Además, la mediación institucional total proviene de añadir los datos propios de las otras juntas arbitrales, lasOMIC y las OCIC.

En el ámbito interno, la actividad mediadora se reparte principalmente entre la ACC, con una presencia de cerca del 6% del total de entes mediadores (vid. el archivo Tablas estadísticas generales, cap. 5, CD-ROM del Libro Blanco) y que lleva a cabo el 24% del total de mediaciones correspondientes al año 2008, y las oficinas municipales de información al consumidor, que realizan más del 40% de las mediaciones, hecho que se tiene que relacionar con la presencia deOMIC que median, de cerca del 50% del total de entes mediadores.

La relación entes mediadores-mediaciones realizadas, tanto en el caso de las juntas municipales como en el caso de las asociaciones de consumidores, es proporcional y representa en torno al 10% y 6% respectivamente. En el caso de las OCIC (incluyendo aquí el Conselh Generau de la Val de Arán), la proporción es inversa: ocu-

pan el 28% de los entes mediadores y realizan un 14% del total de mediaciones.

En cualquier caso, el número total de mediaciones es muy elevado: más de 30.000 mediaciones en el 2008 es una cifra contundente. Por este hecho, la existencia de gran cantidad de organismos públicos y privados que pueden llevar a cabo mediación en consumo se ve plenamente justificada por la tarea llevada a cabo. También hay que destacar la proporción de mediaciones realizadas en los diferentes niveles territoriales, ya que se mantiene la proporción entre los entes mediadores y las mediaciones hechas. La tendencia que apunta un contraste con datos de la ACC: las reclamaciones de 2008 suponen un crecimiento del 8% en relación con el 2007, y la tendencia alcista es continuada y evidente desde 1993 (Agència Catalana del Consum, 2009: 11), año en que nace la actividad mediadora institucional de consumo.

Ciertamente, se da un incremento muy notable en los años 2003 y 2004, fruto de conflictos coyunturales que dispararon las reclamaciones, pero la tendencia es la misma. Este hecho, sin embargo, también señala una de las características de la mediación en consumo y que es un componente arbitrario que se deriva no sólo de los resultados de la mediación o de la eficiencia del servicio, sino también de la generalidad de un tipo de conflicto que conlleva una avalancha de reclamaciones y, por lo tanto, de posibles mediaciones. Es un factor que hay que tener en cuenta, ya que puede modificar de forma clara el funcionamiento de los organismos que se dedican a la mediación durante un periodo concreto.

En cualquier caso, es clara la tendencia a aumentar de forma exponencial que indica que la abundancia—incluso la superposición de los entes mediadores— está plenamente justificada y que habrá que pensar cómo se prevé afrontar este incremento en el futuro

**Tabla 3: Mediaciones por tipos de entes**

	Fuentes datos			Total	%
	AACC***	ACC*	Encuesta entidades territoriales		
SCE		972		972	3,16
JACC			7.440*	7.440	24,19
AACC	1.719			1.719	5,59
OMIC			12.987	12.987	42,23
OCIC			3.596**	4.417	14,36

	Fuentes datos			Total	%	
	AACC***	ACC*	Encuesta entidades territoriales			
JJAA				3.186	3.186	10,36
Otros				34	34	0,11
<b>Total</b>	1.719	972	11.036	17.028	30.755	100,00

Fuente: elaboración propia

\* Incluyen 'Resueltos por mediación', Archivadas por no acuerdo, y Traslado organismos sancionadores y Expedientes que han pasado a arbitraje. Sobre los resultados de la mediación ver apartado 2.3.1.

\*\* Datos de mediaciones tratadas por consejos comarcales con convenio con la ACC. Incluyen solicitudes resueltas por mediación, archivadas sin acuerdo de mediación y archivadas y trasladadas a inspección.

\*\*\* Sin datos de ACPB.

### 2.2.1 Distribución territorial de la mediación

Para un análisis de la distribución territorial de la actividad mediadora, del total de mediaciones se han extraído los casos transfronterizos, ya que el criterio de registro de la SCE es el domicilio de las partes, como se explica en el apartado 3 en relación con los mediados. Asimismo, del total de mediaciones gestionadas por la Agència Catalana del Consum, sólo se han tomado en consideración las mediaciones resueltas, ya que el resto de mediaciones no están discriminadas por distribución territorial.

Con estas dos excepciones, y tal como se explica en la tabla 2.1.1.2 (Tablas estadísticas generales, cap. 5, CD-ROM del Libro Blanco), podemos concluir que el resto de casos de mediación gestionados por las 84 entidades se concentran en la provincia de Barcelona, con más del 70%, seguido de Tarragona y Girona, con cerca del 10% por cada provincia, Lleida, con un poco más del 4%, y las Terres de l' Ebre, con un porcentaje superior al 3%.

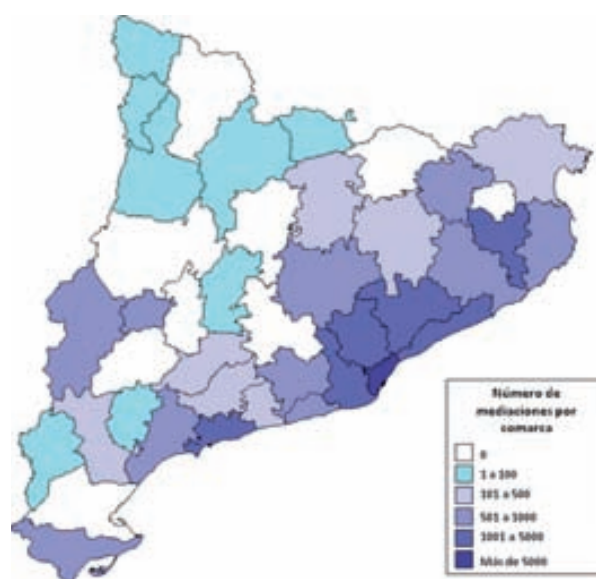
Hay que mencionar que la actividad mediadora es proporcional a la población, según resulta del análisis aplicado a la actividad mediadora de las cuatro provincias (y, respectivamente, del Ámbito Territorial Funcional Terres de l' Ebre), en relación con el censo de población del año 2008 del Instituto Catalán de Estadística (Archivo de Tablas estadísticas generales, cap. 5, CD-ROM del Libro Blanco).

A nivel comarcal, el 50% de las mediaciones realizadas en el año 2008 se concentran en tres comarcas: el Barcelonès (20%), el Baix Llobregat (con cerca del 16%) y el Vallès Occidental (con casi el 14%). El dato no sorprende: el área metropolitana, como la zona más habitada de Cataluña, es la que tiene más entes mediadores y, al mismo tiempo, más actividad mediadora.

Así como se ha explicado en la distribución territorial de los entes, y tal como se representa en el mapa siguiente, hay nueve comarcas sin actividad mediadora. Su presencia en el mapa no es uniforme: hay que destacar que cinco corresponden a la provincia de Lleida, aunque no es clara la correlación entre menos población y ausencia de mediaciones.

También se representan quince comarcas con menos de quinientas mediaciones realizadas, once por debajo de mil mediaciones y tres con un número de mediaciones comprendido entre las mil y las cinco mil.

**Mapa 2: Número de mediaciones en Cataluña (2008)**



Fuente: elaboración propia.

## 2.2.2 Distribución de las mediaciones por sectores

El término “relación de consumo” es potencialmente muy amplio en relación con las materias o sectores que pueden dar lugar a un conflicto entre un consumidor y una empresa. Por este motivo, uno de los objetivos del estudio cuantitativo era saber cuáles eran los sectores con más mediaciones y con más mediaciones con acuerdo. Este aspecto, por motivos de recaudación de datos, se presentó de forma diferente en la mediación institucional –en este caso, comprendiendo la transfronteriza– y en la privada. Por otra parte, la relación entre los sectores y el resultado de la mediación se presenta en el apartado 5.

Los datos han demostrado una **concentración de las reclamaciones próxima al 80% en tres sectores: telefonía/Internet, suministros y transporte aéreo**. Y además, existe una importante diferencia entre el primer sector y el resto. También hay que destacar el hecho de que, en la mediación privada, se han encontrado datos relativos a la mediación en temas de salud.

### Tipo de mediaciones por sectores (mediación institucional interna y transfronteriza)

Los datos se recaudaron por dos procedimientos diferentes: la ACC ya tenía datos desagregados según su propia clasificación por sectores, aunque diferente en función de si la mediación era o no transfronteriza, por la diferencia de sectores mediados en cada caso. Con el fin de completar los datos, en la encuesta suministrada al resto de entes con actividad mediadora se pidió que señalaran los sectores donde habían registrado un mayor número de mediaciones. Las respuestas obtenidas fueron muy homogéneas y han permitido un tratamiento conjunto.

Con el fin de unificar la variedad de nomenclatura que presentaban los datos obtenidos mediante las diferentes fuentes y, al mismo tiempo, para obtener un panorama concluyente de las materias más sometidas a la mediación, se ha procedido, en un primer nivel, **a la creación de códigos comunes** en aquellas situaciones donde se ha detectado una similitud evidente de la materia tratada y, en un segundo nivel, a la clasificación de los datos en categorías generales, manteniendo algunas categorías específicas como comercio electrónico o transporte aéreo, por razones de especificidad de la propia normativa de consumo y/o de incidencia.

En este sentido, se han aglutinado en la materia teléfonos/Internet todas las controversias relacionadas con temas de telefonía fija y móvil, así como los asuntos en materia de Internet, debido a su relación y por su pertenencia a una misma empresa proveedora. Hay que mencionar que esta aglutinación ya venía operada por algunos entes encuestados.

Con respecto a las relaciones de compraventa de bienes muebles, se ha considerado oportuno incorporar todas las relaciones, desde el comercio de proximidad, que engloba las pequeñas ventas, hasta las grandes cadenas, pasando por las ventas fuera de establecimientos comerciales. Sólo se han aplicado dos excepciones: la primera relativa a los equipamientos electrodomésticos, por su presencia entre los principales sectores reclamados; la segunda respecto de las compras realizadas mediante Internet, que por su especificidad (y en las controversias europeas por su grado elevado de incidencia) han pasado a formar una categoría aparte.

El sector “suministros” reúne los suministros de servicios básicos de electricidad, agua y gas. Se han comprendido en la materia “servicios profesionales” todos los servicios relacionados con mantenimiento, reparaciones e instalaciones, y en “vivienda”, las controversias relacionadas con la compraventa, alquiler, reformas o comunidad de propietarios, etc.

Pueden observarse diferencias entre el total de mediaciones realizadas en el año 2008 y el total de mediaciones desglosadas por materia. Estas variaciones, por tipo de fuente, se explican, por una parte, por la diversidad (a veces por la falta) de sistemas de registro existentes en las diferentes entidades, ya que hay entidades del ámbito local que no tienen las mediaciones discriminadas por sector. Por otra parte, la tabla anterior no refleja los casos que, a la fecha de la recogida de datos, no se consideraban como proceso finalizado, ya que constaban como casos en trámite o como casos que, al no haberse resuelto con acuerdo por mediación, habían sido trasladados al arbitraje.

Sin embargo, puede concluirse que del total general de mediaciones consideradas por el análisis por materia, el sector con más presencia ha sido el sector que comprende los servicios de telecomunicaciones (**telefonía fija y telefonía móvil, junto con Internet**), que ocupa el **40% de las controversias** mediadas en el año 2008. En segundo lugar, a una distancia de casi 30 puntos, se sitúan los conflictos en materia de compraventa, seguidos de los de **transporte aéreo, con el 9%, y los de suministros, con el 8%**. Es interesante remarcar que la suma de estas cuatro categorías de relaciones de consu-

mo representa el 68% del total de dieciséis materias que en el año 2008 han sido sometidas a procesos de mediación. En cambio, hay sectores con muy poca actividad mediadora, como la compra de animales o el servicio de correos.

Además, resulta destacable la relación entre el grado de incidencia de una determinada materia en función de la componente territorial (esta vez en el sentido nacional-transnacional). Desde esta perspectiva, se tiene que hacer resaltar que en la **mediación transfronteriza imperan las controversias de transporte aéreo, mientras que en los conflictos internos prevalecen las disputas de telefonía e Internet**. Así pues, los asuntos gestionados por la SCE se focalizan en el sector turismo, con controversias que implican compañías aéreas europeas reclamadas por usuarios residentes en Cataluña, o bien extranjeros que vienen de vacaciones a Cataluña y reclaman a empresas de hostelería residentes en Cataluña. Sin embargo, cada vez hay más reclamaciones vinculadas al transporte aéreo, y no solo derivadas de desplazamientos turísticos, en proporción a la movilidad que la población experimenta actualmente. En cambio, las reclamaciones por servicios hoteleros en la mediación interna representan menos de un 1%.

Otro campo que puede recibir un componente transfronterizo es el comercio electrónico, que es la tercera materia más mediada en el ámbito europeo, mientras que en las mediaciones internas no entra en las primeras diez posiciones. La relación es inversa en el caso de los otros tipos de compraventas, que ocupan el segundo lugar entre las mediaciones internas, mientras en los asuntos transfronterizos tienen una presencia no significativa.

En cualquier caso, y a pesar de las divergencias entre la mediación interna y la transfronteriza, en los dos ámbitos, si bien con divergencias, se observa una **concentración de las demandas en dos o tres sectores que abarcan cerca del 70% de las mediaciones**. Eso también determina una característica clara en relación con el perfil de las empresas reclamadas, como veremos más adelante.

También hay que destacar que dentro de la mediación interna hay algunas diferencias significativas entre los datos de la ACC y los de la encuesta a los otros entes de mediación institucional. La ACC canaliza un porcentaje superior de reclamaciones en materia de agencias de viaje, comercio electrónico y servicios profesionales, mientras que el resto de entidades destaca por el porcentaje en mediaciones sobre vivienda y electrodomésticos. Con respecto a los sectores más mediados, también hay diferencias significativas: en la ACC las reclamaciones de telefonía/Internet son el 21,4%, que se eleva al 54,8% en el caso de las otras entidades. Mientras que el transporte aéreo supone más de un 11% para la ACC y sólo un 2,3% en las otras entidades. El único sector que mantiene la media es el de los suministros.

Estos datos revelan que **la ACC**, por el mayor volumen de reclamaciones recibidas, tiene **los sectores más diversificados** y tiene la capacidad de contactar con las empresas; el resto de entidades están más focalizadas a un tipo de reclamación estándar que se concreta en un número inferior de sectores.

Por otra parte, la frecuencia en los acuerdos, con el estudio propio, se desarrolla en el apartado de resultados de la mediación.

**Tabla 4: Mediaciones por sectores (mediación institucional)**

Materia	ACC		Municipios Comarcas*		SCE		Total general	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Hostelería	92	1,4	46	0,4	82	8,4	220	1,0
Tintorería	49	0,8	64	0,6	0	0,0	113	1,0
Otros	287	4,4	20	0,2	19	2,0	326	2,0
Agencias viajes	303	4,6	62	0,6	13	1,3	378	2,0
Comercio Electrónico	202	3,1	63	0,6	67	6,9	332	2,0
Transporte	109	1,7	126	1,2	35	3,6	270	2,0
Vehículos	248	3,8	118	1,1	51	5,2	417	2,0
Servicios	277	4,2	286	2,8	59	6,1	622	3,0

Materia	ACC		Municipios Comarcas*		SCE		Total general	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Servicios Financieros	214	3,3	325	3,1	1	0,1	540	3,0
Electrodomésticos	259	4,0	671	6,5	21	2,2	951	5,0
Vivienda	169	2,6	705	6,8	10	1,0	884	5,0
Servicios profesionales	592	9,1	251	2,4	0	0,0	843	5,0
Suministros	523	8,0	853	8,2	0	0,0	1.376	8,0
Transporte Aéreo	766	11,7	242	2,3	613	63,1	1.621	9,0
Comercio	1.037	15,9	844	8,2	1	0,1	1.882	11,0
Telefonía/Internet	1.399	21,4	5.668	54,8	0	0,0	7.067	40,0
<b>Total</b>	<b>6.526</b>	<b>100,0</b>	<b>10.344</b>	<b>100,0</b>	<b>972</b>	<b>100,0</b>	<b>17.842</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia

## Tipo de mediaciones según el ámbito (entidades privadas)

Las cifras sobre sectores más mediados en las asociaciones de consumidores fueron recogidas aparte del análisis cuantitativo, pero, a la vez, se preguntó en las entrevistas a los mediadores sobre la percepción de los tipos de reclamaciones más extendidas para la identificación de tipologías de conflictos. Los sectores más mediados se corresponden con los indicados en la mediación institucional.

En el ámbito de la mediación llevada a cabo por las asociaciones de consumidores se ha detectado una ampliación interesante en el concepto de relación de consumo, que presenta interesantes vínculos con la mediación sanitaria. Se trata de la mediación, que lleva a cabo una de las asociaciones encuestadas, en conflictos nacidos dentro de **una relación de asistencia sanitaria entre el consumidor/paciente y el centro sanitario que le ha prestado la asistencia**. Por lo tanto, en los datos del cuadro anterior se ha distinguido entre las mediaciones en el ámbito propiamente dicho de consumo y aquellas llevadas a cabo en el ámbito de la salud desde la perspectiva antes indicada. Es decir, las reclamaciones de los usuarios de los servicios de salud por cuestiones relacionadas con el ámbito sanitario tanto en centros privados como en públicos o concertados. No son problemas de indemnización por daños, sino de funcionamiento de los centros, listas de espera, resarcimiento de gastos, etc.

Estos datos empiezan a dar cuerpo a la idea de individualizar la noción de relación paciente-centro sani-

tario como una relación de consumo, de acuerdo con la normativa que atribuye al paciente-consumidor (de hecho, sería más propiamente un usuario de un servicio de salud) un conjunto de derechos y posibilidades de escoger en el marco de la asistencia sanitaria y con independencia que se trate de un centro sanitario público o privado.

**Tabla 5: mediaciones por sectores (mediación privada)**

Ámbito	Frec.	%
Consumo	1.247	73
Usuarios de salud	472	27
<b>Total</b>	<b>1.719</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

## 2.3 Las partes de la mediación

### 2.3.1 Los mediadores

Las 30.755 mediaciones realizadas en el año 2008 han sido gestionadas por más de 120 mediadores (el número total comprendería a los mediadores de los consejos comarcales con convenio, de los cuales no disponemos de datos). De los 120 mediadores identificados, desarrollan tareas mediadoras a tiempo completo sólo cinco: los mediadores de la JACC, en Barcelona. En cambio, el resto de mediadores de las delegaciones territoriales de la ACC y de la SCE desarrollan las labores de mediación a tiempo parcial.

Con respecto a los otros mediadores, tanto de la mediación privada como de la mediación institucional, nos consta que la mediación se realiza como una función más entre las que la persona mediadora tiene asignadas a su puesto de trabajo. Asimismo, en el caso de las oficinas municipales y comarcales de información al consumidor, un funcionario lleva a cabo las gestiones de mediaciones, entre otras tareas como la recepción de las reclamaciones (quejas, denuncias, etc), la información y asesoramiento al consumidor y usuario u otros trámites y gestiones que entran en las competencias de la oficina. Asimismo, los funcionarios de las juntas arbitrales municipales, aparte de mediaciones, desarrollan sus funciones en el arbitraje. La situación es equivalente en el caso de las organizaciones de consumidores y usuarios, que no prevén la figura del mediador como función exclusiva dentro de la entidad.

Este hecho puede llegar a ser relevante en función de uno de los temas que se plantea en el análisis cualitativo: la necesidad de dar información previa al consumidor con el fin de restablecer el equilibrio entre las partes y también como y quién tiene que darla, que será tratado en este apartado.

**Tabla 6: Total mediadores por ente**

	Fuentes datos			Total
	AACC	ACC	Encuesta entidades territoriales	
SCE		3		3
JACC*			11	11
AACC	12			12
OMIC			60	60
OCIC**			6	6
JJAA			27	27
Otros			1	1
<b>Total</b>	12	3	11	94

Fuente: elaboración propia

\*Incluye cinco mediadores JACC y seis de las delegaciones territoriales de la ACC.

\*\*Sin datos de Consejos Comarcales con convenio.

## Dedicación de los mediadores

Todos los mediadores (120) propios de las entidades de las cuales disponemos de datos son mediadores **profesionales**. Todos ellos trabajan para la Administración pública o para una asociación de consumidores actuando

como mediadores. Este hecho, sin embargo, no quiere decir que su formación sea homogénea. No hemos detectado que haya mediadores voluntarios en este ámbito. Una posible explicación a este hecho está claramente ligada a la formación básica que un mediador de este tipo debe tener. En efecto, volviendo al marco teórico que hemos diseñado al inicio de este capítulo, la mediación en consumo se enmarca dentro de lo que podemos calificar como relación de consumo que aplica un conjunto normativo propio y diferenciado. Por lo tanto, la tarea del mediador de consumo pide una formación en estos temas que, por otra parte y como veremos, todos cumplen, con el fin de poder llegar a un acuerdo dentro del marco normativo previsto. Esto no implica, sin embargo, que la formación de los mediadores tenga que ser necesariamente una formación jurídica.

## Formación en mediación

La información sobre formación en mediación ha sido recaudada en la JACC y la SCE, y en las asociaciones de consumidores mediante las entrevistas hechas a los mediadores.

En este sentido, puede observarse que su **formación de salida es homogénea** en cuanto al nivel: todos son licenciados o graduados; pero no lo es en cuanto a la materia, ya que hay mediadores con formación jurídica, otros son titulados en ciencias sociales y hay algún licenciado en medicina.

También se observa una clara heterogeneidad respecto de la formación en la actividad de mediar, que, además, no actúa como un requisito de entrada. En cambio, la formación en la materia mediada -consumo- es mucho más homogénea.

Con respecto a la formación básica, hay alguna diferencia entre la mediación institucional -interna o transfronteriza- y la privada:

En los servicios de mediación institucional, la formación básica homogénea se centra en la formación sobre la materia mediada. En este sentido, todos los mediadores institucionales (14) han seguido el curso de asistentes técnicos en consumo -ATC- organizado por la ACC. La finalidad primordial del curso es contribuir a la formación y reciclaje de personas que realizan funciones de información y orientación a las personas consumidoras y usuarias, donde se incluye una parte específica sobre la mediación en consumo. Así pues, no es un curso que se limite a este aspecto: su alcance es genérico sobre los diferentes aspectos del consumo. Aunque todos los

mediadores comentan que hacen cursos de formación, éstos no se centran en la actividad de mediar; esto quiere decir que la principal fuente de formación es la práctica.

Con respecto a los mediadores privados, excepto dos, los mediadores entrevistados recibieron formación específica en la actividad de mediar, pero ésta puede tener unas características y duración muy heterogéneas. La mayoría destaca diversos cursos (la duración varía entre media jornada y 20 horas) organizados mayoritariamente por la ACC y por la Diputación de Barcelona. También algunos mediadores destacan que han hecho el curso de ATC o un curso en materia de negociación y resolución de conflictos impartido por asociaciones de consumidores. Sólo uno de los mediadores tiene un máster en consumo por la UB. Finalmente, hay dos mediadores que indican que no han recibido formación en mediación y que han adquirido los conocimientos directamente por la práctica y la experiencia. La formación en consumo es todavía más heterogénea: hay siete mediadores licenciados en derecho; otros licenciados o graduados en otras ciencias sociales u otros que han realizado formación concreta propia de consumo, y sólo uno es máster en esta especialidad.

Puede concluirse que **la formación recibida por los mediadores se decanta hacia el sector del consumo, más que a la actividad de mediar**. En este apartado se observa una evidente heterogeneidad, pero se destaca el hecho de que los mediadores no tienen una formación de mediadores homologable a un máster. También hay que decir que la actividad de la mediación en consumo no está regulada en cuanto a los requisitos de formación y es llevada a término por quien los entes mediadores deciden que se ocupará de esta función. Y, en este sentido, la ACC exige una formación en consumo que comporta un módulo de formación en mediación a sus mediadores con dedicación completa: todos los de la JACC y de la SCE.

Con respecto a las asociaciones de consumidores, los mediadores actúan a tiempo parcial, ya que se dedican también a otras tareas como el asesoramiento a los consumidores o las reclamaciones judiciales. Eso puede explicar la diferencia en la formación de todos ellos y, sobre todo, explica el recurso a la formación continuada en temas relacionados que ofrece mayoritariamente la Administración Pública. También están a tiempo parcial los mediadores de los otros entes mediadores institucionales: juntas arbitrales, OCIC y OMIC para los cuales los comentarios anteriores también parecen convenientes.

Probablemente esta cuestión variará en el futuro de la mano del Código de consumo recientemente aprobado,

que define el mediador como “experto” (art. 131-2), pero sin concretar si la pericia tiene que ser en la actividad de mediar, en consumo, o en ambas dimensiones al mismo tiempo. Por este motivo, **habrá que definir las habilidades básicas que lleven a esta pericia; parece evidente que es necesaria una formación tanto en consumo como en la actividad de mediar**. Asimismo, habrá que posicionarse sobre la importancia de la experiencia acumulada.

### 2.3.2 Las partes mediadas

Los datos sobre el perfil de los mediados no se obtuvieron a través de las encuestas a los entes mediadores, ya que no se recogieron. Por este motivo, la información sobre este punto procedía de las entrevistas hechas a los mediadores, donde todos coincidieron en el diseño del perfil de los mediados. Hay que destacar, sin embargo, que la mediación en consumo se realiza entre un consumidor, que normalmente es una persona física, y un empresario. En este segundo caso, excepto los pocos casos donde se encuentra un empresario individual, lo más frecuente es encontrarse ante sociedades mercantiles o algún otro tipo de entidades. Por eso, en este apartado se han tratado de forma diferenciada el perfil del consumidor mediado y el de la empresa, ya que de ésta última no pueden predicarse características de una persona física como la edad y el sexo. En cambio, pareció interesante recaudar información sobre el tamaño de las sociedades para saber si este rasgo tiene una relación directa con el hecho de acudir a la mediación.

### Perfil de los consumidores

Con respecto al perfil de consumidor/usuario que más reclama, los mediadores entrevistados coinciden en cuanto a la heterogeneidad del género, aunque algunos mediadores apuntan a una ligera mayoría de mujeres. En conclusión, puede indicarse que el porcentaje de hombres y de mujeres es muy equitativo en relación con los consumidores.

Los mediadores preguntados respondieron que las franjas de edad de los mediados son muy dispares (se han encontrado casos donde el reclamante acababa de cumplir la mayoría de edad y casos donde superaba los noventa años). Sin embargo, puede identificarse una franja común de edad (35-55 años) y algunos mediadores indican una presencia importante de gente mayor. En este sentido, hay que destacar que el sector reclamado determina a menudo la edad del consumidor/usuario.

Por ejemplo, mientras que los reclamantes de materias relacionadas con telefonía móvil acostumbran a identificarse con gente joven, las reclamaciones sobre ventas especiales –ventas durante una excursión o venta a domicilio– se identifican con personas de la tercera edad.

### Perfil de las empresas

Los mediadores entrevistados coincidieron en que el tipo de empresa que contesta u ofrece un acuerdo de mediación es dispar. Hay mediadores que afirman que las grandes empresas de servicios son las que acostumbran a responder y ofrecer una solución, mientras que otros apuntan a que las pequeñas y medianas empresas están más predispuestas a mediar.

Por otra parte, cabe diseñar el perfil de las empresas teniendo en cuenta los sectores más mediados. Así, se ha obtenido un dato relevante a efectos de la caracterización de las empresas como parte mediada, de los datos resultantes de los sectores mediados. En efecto, tanto el sector más mediado en conflictos internos (telefonía/Internet), como el más mediado en temas transfronterizos (aerolíneas) representan un perfil de gran empresa, y en muchas ocasiones de multinacionales de grandes dimensiones, en las cuales el coste de ofrecer esta vía de resolución de conflictos a través del Servicio de Atención al Cliente o del Departamento Jurídico representa un coste y un esfuerzo relativamente bajos.

En cambio, no puede decirse lo mismo en todos los casos clasificados como comercio en las mediaciones internas o bien comercio electrónico en las transfronterizas, ya que no existe un único perfil de empresa mediada y pueden abarcar tanto el pequeño comercio de proximidad como las grandes cadenas.

### Procedencia de los mediados

En esta cuestión, se ha podido trabajar con datos cuantitativos provenientes de la base de datos de la ACC en los dos órganos que tiene dedicados a la mediación: la Junta Arbitral de Consumo y la Sección de Consumo Europeo. Estos datos se han podido completar con aquellos datos provenientes de las entrevistas hechas a los mediadores, que nos han permitido verificar los datos de las asociaciones de consumidores y corroborarlas.

Los criterios de ordenación de la procedencia de los mediados son diferentes según si nos referimos a la Junta Arbitral de Cataluña –que se ocupa de las mediaciones

internas– o a la Sección de Consumo Europeo –dedicada a las mediaciones transfronterizas. Por lo tanto, analizaremos los datos que se observan a continuación en estos dos apartados.

En el ámbito de la **mediación interna** –institucional o privada–, el criterio cuantitativo utilizado es el de la nacionalidad de las partes mediadas. La nacionalidad no es un obstáculo a la posibilidad de acudir a la mediación en consumo: los servicios de mediación se ofrecen a toda la comunidad que reside en Cataluña. El RD 231/2008 establece, en su artículo 8 (competencias para conocer las solicitudes individuales de arbitraje), que la junta competente es la del domicilio del consumidor. Así pues, este artículo nos ofrece el criterio de la competencia sólo para la mediación dentro del proceso arbitral, pero conviene recordar que no limita dicha posibilidad a los nacionales. La mediación en asociaciones de consumidores o la realizada en otras instancias de la Administración atiende al mismo criterio.

Así pues, con respecto a los consumidores, hay un porcentaje superior de nacionales: un 92%. Estos datos se ven corroborados por la percepción de los mediadores entrevistados que nos indica una mayoría absoluta de consumidores de nacionalidad española, si bien con una tendencia al incremento de la población extranjera. Como caso especial, en reclamaciones de salud se nos indica que, en temas de estética hay una superioridad numérica de los reclamantes de origen hispanoamericano. Ahora bien, un 8% de reclamaciones de extranjeros, en el contexto de un 16% de población inmigrada, indica el grado de conocimiento de las instituciones de defensa de los consumidores por parte de estos ciudadanos. No ha sido posible, sin embargo, recaudar datos sobre el origen de los extranjeros mediados o el tiempo de residencia en Cataluña, ya que el elemento de discriminación consiste en la identificación a través de DNI o pasaporte.

Finalmente hay que indicar que los mediadores han hecho referencia a un posible incremento de las reclamaciones de los extranjeros en el futuro, fruto de campañas de información extensas y, también, por el efecto generado después de haber pasado ya por una mediación en este ámbito.

No disponemos de datos en relación con las empresas. Sin embargo, la competencia de los organismos de consumo viene otorgada por la posibilidad de intervenir en conflictos originados por relaciones con empresas españolas. Y que, tal como recoge el art. 132-2,6 del Código de consumo rige el principio de universalidad según el cual “la competencia de las administraciones públicas



catalanas para llevar a cabo la mediación se extiende a cualquier asunto que afecte a las personas consumidoras, con las excepciones establecidas por las leyes”.

En el ámbito de la **mediación transfronteriza** no hay una territorialidad conexas entre la residencia de la persona consumidora y el domicilio del profesional/empresa. Una de las dos partes presenta una conexión territorial con Cataluña, pero la otra necesariamente tiene que tener su centro de decisión, con respecto a los actos de consumo, servicios post-venta, relaciones con los clientes, etc., fuera del Estado español. Este aspecto, por circunstancial que pueda parecer, nos conecta con lo esencial de esta actividad de mediación *no presencial* en la mayoría de los casos. El hecho de que las partes tengan residencias o domicilios en Estados miembros diferentes, condiciona innegablemente la forma de proceder a la hora de buscar una resolución del conflicto conveniente para ambas.

Es por eso que la nacionalidad de las partes nunca ha sido un criterio básico para la tarea de la mediación en consumo en la ACC, sino que será la residencia la clave para identificar el organismo de consumo más próximo a la persona consumidora y, al mismo tiempo, para contactar con la empresa reclamada cuando se domicilie en Cataluña y tenga que cumplir con la normativa de consumo aplicable. En este sentido, es destacable que aunque la empresa reclamada no será quien inicie el procedimiento de mediación ante la Sección de Consumo Europeo, sí que será, en aquello referente a su domicilio, un factor de pertenencia que determine la competencia para procesar la mediación, mientras que ante un sistema arbitral de consumo este factor no es determinante de la atribución competencial.

En algunas ocasiones, los organismos de ámbito transfronterizo han actuado en ámbitos ajenos a su competencia, esto es, relaciones entre consumidor-empresa (B2C), actuando como puntos de información de alcance europeo. Esto es así ya que por su ámbito de actuación son organismos que cuentan con una estructura y un sistema de cooperación en consumo. Incluso, en relación con otros organismos de ámbito europeo consolidados, se han dado otros supuestos, como por ejemplo, problemas entre empresas (B2B). En otros casos, se han creado líneas de colaboración y cooperación con organismos de consumo de países no miembros de la UE, como por ejemplo Andorra, Suiza o Canadá.

En este apartado se observa una **clara tendencia a la mediación por parte de personas que tienen el domicilio en Cataluña (85%), mientras que las reclama-**

**ciones de residentes en el extranjero es bastante más reducida (15%).** Paralelamente, los entrevistados de la Sección de Consumo Europeo (SCE) coinciden en afirmar que las personas consumidoras que han presentado más reclamaciones residen en Cataluña. Ahora bien, añaden que también se encuentran con reclamaciones que provienen principalmente, y en este orden, del Reino Unido, Francia, Italia y Portugal. Se consolida de esta manera la percepción de que los ciudadanos de Cataluña tienen sobre la posibilidad de acceder a un organismo que gestione sus reclamaciones, incluso en casos de contratación con empresas extranjeras, así pues situándose plenamente en el contexto de un mercado interior de la Unión Europea (UE). En este sentido, a pesar de observar el potencial que podrían tener las reclamaciones de consumidores residentes en el resto de la UE contra empresas españolas por servicios cuando están en nuestro país, por ejemplo, los turísticos, lo cierto es que ésta no parece ser la vía más utilizada.

En cambio, con respecto a las empresas, la cuestión está mucho más igualada, y sólo se diferencian en dos puntos las reclamaciones contra empresas con domicilio en España de aquéllas que tienen la sede fuera. En este ámbito, los mediadores de la SCE recalcan en la entrevista que las empresas/profesionales objeto de más reclamaciones tienen la sede social en Irlanda, Francia y Reino Unido. En el caso de Irlanda y Reino Unido, se podría explicar por el hecho de que son países donde está la sede de las principales compañías aéreas de bajo coste.

**Tabla 7: procedencia de los mediados**

	JACC (%)		SCE* (%)	
	Nacionalidad		Residencia	
	Consumidores	Consumidores	Consumidores	Empresa reclamada
Nacionales	92	85	49	
Extranjeros	8	15	51	
Total	100	100	100	

Fuente: elaboración propia

## 2.4 El proceso de mediación

Los datos recaudados sobre el proceso de mediación han sido analizados en el apartado 3.3 junto con los diagramas de flujo.

## 2.5 Resultados de la mediación

El proceso de mediación puede acabar con acuerdo o sin acuerdo. En el primer caso, las partes han llegado a una forma consensuada de resolver el conflicto. Si, en cambio, las posturas de las partes se encuentran muy distantes y se prevé que no será posible llegar a un acuerdo, se determina el final de las actuaciones de mediación y éstas se archivan sin acuerdo.

En este segundo caso, sin embargo, se plantea a las partes la posibilidad de someter la controversia a la decisión de un tribunal arbitral. Nos continuamos moviendo dentro de la resolución extrajudicial de conflictos, pero ahora de forma heterocompositiva, ya que un tercero imparcial resuelve la cuestión e impone una solución. Este paso de la mediación al arbitraje es una de las consecuencias del sistema arbitral de consumo, que prevé dos procedimientos diferentes y consecutivos de ADR.

Por lo tanto, en los datos que ofrecemos como resultados, figuran también los expedientes de mediación que han sido trasladados a arbitraje porque no se ha llegado a un acuerdo, y las partes han decidido optar por el arbitraje. En este caso, el consumidor suele indicar en la reclamación su voluntad de acudir a arbitraje, y en el caso de la empresa puede ser que esté previamente adherida a arbitraje para posibles conflictos que puedan surgir o bien lo acepte expresamente al no haber llegado a un acuerdo en mediación. También pasan a arbitraje las reclamaciones en que las partes no aceptan la mediación como vía de resolución de conflictos, que aquí no nos interesan ya que no dan lugar a una mediación.

De forma contraria, si la empresa no está adherida y no acepta el arbitraje, o bien no lo hace el consumidor, se tendrá que volver a evaluar el expediente con el fin de valorar la existencia de posibles indicios de infracción. Si se considera que se ha producido una infracción, **se traslada el expediente a los servicios de inspección competentes** –Servicio de Inspección y Control de Mercado de la ACC– que analizan si los hechos expuestos son constitutivos de infracción en el ámbito del consumo. La finalidad del procedimiento sancionador de disciplina del mercado y consumo es la tutela de intereses generales, comprendidos los propios de los agentes económicos y de los consumidores, a diferencia de la mediación, que pretende la solución de un conflicto entre las concretas partes mediadas. El proceso puede acabar con la imposición de una sanción; si se considera que no se ha producido ninguna infracción o no ha sido posible determinar al responsable, se archivan las actuaciones inspectoras.

Hay datos relevantes en relación con la opción de la vía de arbitraje. Aunque el sistema arbitral de consumo prevé la mediación como una vía anterior al arbitraje, la verdad es que **el número de mediaciones es muy superior al de arbitrajes en todas las fuentes consultadas**. En relación con las cifras de la JACC, que es el único ente del que hemos obtenido resultados de los procesos de mediación que después acaban en arbitraje, los resultados son indicativos: **del número total de mediaciones sin acuerdo, sólo un 20% pasan a arbitraje. Una cifra que se acerca mucho al 17% de expedientes que pasan a proceso sancionador**. Eso indica que **muchos de los asuntos mediados no pasan a una segunda fase de ADR**.

Este resultado cuantitativo se tiene que vincular con la información que sobre este punto se ha obtenido de las entrevistas a los mediadores. En efecto, éstos han comentado que el consumidor es partidario de acudir al arbitraje para solucionar el conflicto. Contrariamente, **las empresas que no están adheridas al sistema arbitral son reticentes a iniciar el procedimiento arbitral**. En el ámbito de la mediación privada, excepto dos entrevistados que opinan que ambas partes son partidarias del arbitraje si la mediación no se ha concluido con acuerdo, los mediadores coinciden en que generalmente el consumidor quiere ir, mientras que la empresa se inclina poco a hacerlo. Por lo tanto, estos datos subrayan la entidad de la mediación como proceso independiente de resolución de conflictos en el ámbito del consumo, a pesar de sus conexiones con el arbitraje de consumo ya que, en la práctica, **la empresa está mucho más dispuesta a mediar que a ir a arbitraje, aspecto que es uno de los puntos fuertes del sistema**.

Con respecto a los resultados concretos, **la tasa de mediaciones con acuerdo en el sistema institucional es de cerca de un 50%** y no se ven diferencias significativas entre las diversas entidades que llevan a cabo este tipo de mediación. Este dato es muy destacable ya que indica una alta predisposición de las partes para llegar a un acuerdo. En cualquier caso, **este dato global tiene diferencias acusadas en función del sector mediado**, como veremos en la tabla siguiente. También tenemos que destacar que el porcentaje es muy similar en la mediación interna y la transfronteriza llevada a cabo por la Administración Pública. Este dato es interesante porque señala que las empresas también están dispuestas a ir a la mediación en un ámbito en que no hay un sistema arbitral que pueda actuar subsidiariamente.

También hay que destacar que el porcentaje de acuerdo es más alto en las asociaciones de consumidores, donde prácticamente llega al 80%. Este resultado no es exac-

tamente completo; una asociación de consumidores no nos ha proporcionado los resultados desglosados por solución, por lo cual el resultado puede estar parcialmente sesgado. Pero lo más significativo es que, en este supuesto, por las particularidades de la mediación privada, los resultados previstos sólo son dos: acuerdo o no acuerdo. En caso de que a través de la mediación no se llegue a acuerdo, las asociaciones tienen que derivar el conflicto a las juntas arbitrales, que pasan la cuestión a arbitraje ya que el arbitraje de consumo siempre es institucional. Este hecho puede comportar que las asociaciones intensifiquen la mediación a fin de que el conflicto quede resuelto sin tener que pasar a arbitraje. Aun así, los mediadores privados entrevistados se mostraron de acuerdo en señalar que el mediador tiene que ser capaz de poner fin al proceso cuando ve que el acuerdo no es posible.

De hecho, y teniendo presente lo que hemos comentado antes sobre el desequilibrio inherente a la relación de consumo, lo que quizás plantea problemas es el tipo de acuerdo de mediación al cual se llega, es decir, el resultado material de la mediación. Pero este problema se soluciona mediante la previsión de la Recomendación 2001/310/CE que solicita que el consumidor reciba una información previa sobre sus derechos para poder después encontrar una solución consensuada. Este aspecto será uno de los recogidos en el análisis cuantitativo.

Finalmente, hay que indicar que la incidencia del traslado a organismos sancionadores es minoritario, el 5%, y que se concentra en aquellos casos donde el acuerdo no ha sido posible. Dado su carácter punitivo, ya que puede llegar a generar una sanción, indica que, mayoritariamente, la empresa actúa dentro de la legalidad.

**Tabla 8: Resultados de la mediación**

	JACC	OMIC**, OCIC, JJAA, Altres	SCE*	AACC****	Total
Resueltos con acuerdo	2.547	10.360	207	407	13.521
Sin Acuerdo – Archivo	3.091	7.273	262	97	10.723
Sin Acuerdo–Traslado a arbitraje	914***	**	**	**	914
Archivos por otros motivos	**	**	359	**	359
Traslado a organismos sancionadores	888	197	51	**	1.136
<b>Total</b>	<b>7.440</b>	<b>17.830</b>	<b>972</b>	<b>**</b>	<b>26.653</b>

Fuente: elaboración propia

\*Datos de SCE según proyecciones de los resultados del primer trimestre del 2008.

\*\*No disponemos de datos. Parte de las OMIC no tienen los datos desglosados por solución.

\*\*\*La diferencia entre el total de mediaciones (7440) y el total de mediaciones desglosadas por solución, indicado por la ACC (6526).

\*\*\*\*CUS no tiene los datos desglosados por solución.

### 2.5.1 Análisis de los resultados en función de los sectores

Uno de los datos que consideramos relevante en el análisis de los resultados de las mediaciones fue la diferencia cuantitativa de mediaciones que había según los sectores, ya que cuatro sectores acumulaban el 68% de las reclamaciones: telefonía/Internet, compras, transporte aéreo de pasajeros y suministros. Por eso nos pareció interesante ofrecer resultados de la mediación en función de los diferentes sectores. Estos datos, sin embargo, no son globales, ya que sólo tuvimos acceso a los resultados de la mediación por sectores de la ACC, y no del resto de organismos públicos o de las asociaciones de consu-

midores. Este hecho explica por qué, en el cuadro que sigue, los sectores presentan resultados diferentes a los del cuadro anterior, que ofrecía el total de mediaciones por sectores.

El análisis por sectores implica considerar que el consumidor es el lado *invariable* de la mediación, y no se espera que reaccione de forma muy diferente en función del producto o servicio que está adquiriendo. En cambio, **la dimensión, la estructura de la empresa y el modelo de negocio instalado en cada sector** puede explicar algunas de las diferencias acusadas que pasamos a exponer:

Como ya sabemos, telefonía/Internet es el sector con más reclamaciones, unos 30 puntos por encima del segundo más inmediato. Pero es destacable que este

sector altamente conflictivo tiene un elevado índice de acuerdo de mediación que está cerca del 60% de las reclamaciones; de forma paralela se observa una incidencia discreta del traslado a expediente sancionador. En este caso, puede hacerse la lectura sobre la incidencia de la envergadura de la empresa: nos referimos a grandes empresas que pueden gestionar el proceso de mediación sin demasiados costes, de forma que éste es un proceso adecuado para este tipo de empresas. Pero ello se tiene que relacionar con las experiencias relatadas por los mediadores en que se pone de manifiesto que el consumidor a menudo plantea estas reclamaciones porque no ha podido contactar con alguien de la empresa con suficiente capacidad de decisión para dar una respuesta al problema planteado; este problema se supera fácilmente en el proceso de mediación.

Las mismas condiciones en cuanto a las características de la empresa se dan en el sector de suministros, pero eso no lleva a un mismo tipo de resultados: en este ámbito también son superiores las mediaciones con acuerdo, pero la diferencia es muy menor que en el caso de la telefonía. Por lo tanto, es posible que juegue un factor de política comercial que sea diferente en los dos casos.

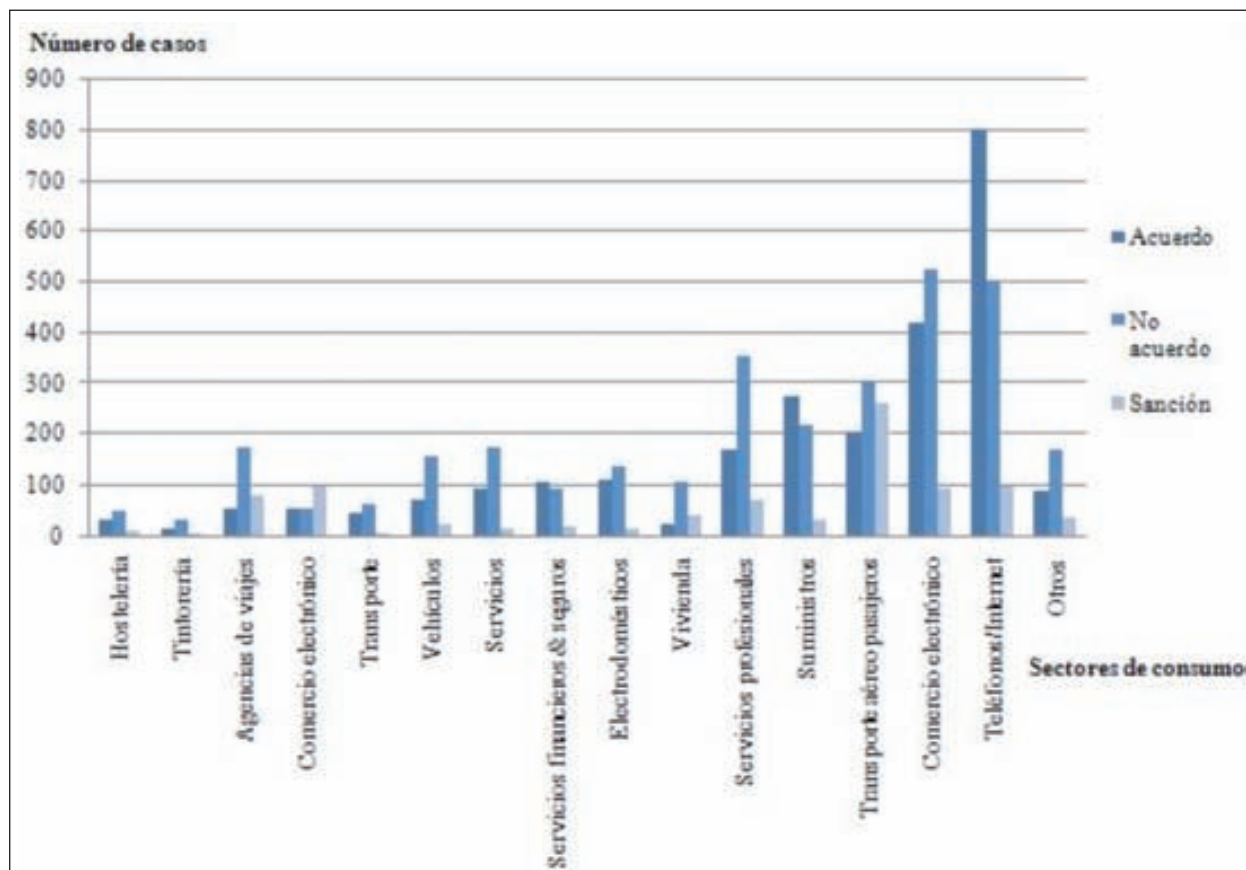
En el caso del transporte aéreo hay más mediaciones que acaban en no acuerdo, aunque los acuerdos están cerca del 50%. Lo que es destacable en este caso es el alto índice de traslado a organismos sancionadores, que supera el de mediaciones con acuerdo. De hecho, éste es un sector donde la venta masiva de billetes por Internet ha disparado las malas prácticas y, por lo tanto, las posibilidades de bordear el marco legal; la UE ha sido especialmente activa en este campo, controlando muchas de estas prácticas<sup>21</sup>.

**Tabla 9: Número de mediaciones de consumo en Cataluña por sectores en el año 2008**

	Acuerdo	No acuerdo	Sanción	TOTAL
Hostelería	32	50	10	92
Tintorería	12	33	4	49
Agencias de viajes	52	170	81	303
Comercio electrónico	54	51	97	202
Transporte	44	60	5	109
Vehículos	72	156	20	248
Servicios	91	172	14	277
Servicios financieros & seguros	106	91	17	214
Electrodomésticos	110	135	14	259
Vivienda	24	104	41	169
Servicios profesionales	168	354	70	592
Suministros	273	218	32	523
Transporte aéreo pasajeros	202	305	259	766
Comercio	419	526	92	1.037
Teléfonos/Internet	801	500	98	1.399
Otros	87	166	34	287
<b>Total</b>	<b>2.547</b>	<b>3.091</b>	<b>888</b>	<b>6.526</b>

Fuente: Agència Catalana del Consum

Gráfico 1. Número de mediaciones de consumo en Cataluña por sectores en el año 2008



Fuente: elaboración propia con datos de la ACC.

Con respecto al sector de comercio, es suficientemente amplio para no poder individualizar un perfil único de empresa mediada: abarca desde el pequeño comercio de proximidad hasta las grandes superficies. Por lo tanto, el perfil de respuesta será posiblemente diferente en cada caso. Los datos globales revelan que hay mayoría de mediaciones con no acuerdo, lo cual no deja de ser sorprendente.

Por otra parte, llama la atención que **hay cuatro sectores donde el no acuerdo es muy superior al acuerdo**, que son los servicios profesionales, las agencias de viaje, el comercio electrónico y el de vehículos. Los tres primeros se refieren al sector servicios, donde parece que la maleabilidad de la mediación es más cuestionada.

Como ya hemos visto en el apartado anterior, **la incidencia del traslado a los servicios de inspección es baja**, pero destaca como en el sector del comercio electrónico ésta es la vía con más resultados. En este caso, hay muy

pocas mediaciones con éxito y se dispara el traslado a organismos sancionadores.

De lo que hemos expuesto puede concluirse que los datos por sectores ofrecen un panorama muy diferente, y en algunos casos contradictorio. Los sectores tienen dinámicas diferentes que se revelan también en relación con los resultados de la mediación.

## 2.5.2 El caso de los servicios financieros

Mención especial merece el sector de los servicios financieros. En primer lugar, conviene aclarar que los datos presentados aglutinan los sectores financieros propiamente dichos así como los seguros, ámbito próximo pero con particularidades tanto por el tipo de conflicto como por el marco legal. Es de destacar que nos hemos encontrado que el marco legal de los servicios financieros proporciona una especie de **circuito de re-**

**clamaciones** en el cual la mediación se encuentra con dificultades para canalizar el acuerdo entre las partes. En efecto, desde la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de reforma del sistema financiero, las entidades de crédito pueden disponer de un defensor del cliente o un comisionado que reciba, analice y responda a las reclamaciones sobre servicios financieros<sup>22</sup>. Ni el defensor del cliente ni el comisionado son mediadores. Como el Grupo Jurídico del Libro Blanco ha puesto de relieve (Barral et al., 2009: 181), en este caso falta la nota de “tercero” que interviene en un conflicto ya que éste no deja de ser nombrado por la empresa y está situado dentro de su estructura. Cuando un único Comisionado es nombrado para un grupo de empresas, también se da una relación demasiado intensa para ser calificado como “tercero”, a pesar del prestigio que pueda tener como profesional. La citada ley también organiza los servicios de atención al cliente de estas entidades que actúan como una oficina de gestión especializada que tramitan y resuelven la solicitud de los clientes. Normalmente representan un paso previo a los defensores o comisionados.

Todo este entramado hace que, cuando el consumidor tiene un conflicto, el paso a la mediación no es tan directo. También en este caso conviene distinguir entre la mediación institucional y la privada.

Existe una asociación de consumidores específicamente dedicada a la protección de éstos en el marco de los servicios financieros (AICEC-ADICAE)<sup>23</sup>. Ésta fue consultada sobre los datos generales que estábamos procesando, ya que tiene la calidad de asociación más representativa, pero no nos pudo proporcionar datos porque en su caso la mediación en productos financieros es inexistente. Eso se debe al hecho de que los bancos y otras entidades de crédito derivan las reclamaciones hacia servicios internos, como el defensor del cliente bancario o los comisionados, de forma que la vía de actuación más corriente cuando fallan estas instancias es acudir a los tribunales o bien al servicio de reclamaciones del Banco de España, que emite resoluciones vinculantes.

En cambio, pudimos tener acceso a datos de la JACC donde había un porcentaje significativo de reclamaciones sobre productos financieros que constaban como mediadas con acuerdo sobre temas diversos, entre ellos, cargos discutidos en tarjeta de crédito. En este caso, los mediadores nos indicaron que reciben estas reclamaciones como relación de consumo y la transmiten a la empresa, que suele contestar derivando la cuestión a los servicios de atención o bien a comisionados y defensores. De esta manera, **el mediador**

**suele limitarse a desarrollar un papel de intermediación**, canalizando las respuestas. En nuestra opinión, si la actuación se lleva a cabo poniendo en contacto al consumidor con el servicio de atención al cliente (SAC) de la empresa, y se encuentra una solución, éste es un aspecto muy similar a la mediación. En cambio, la canalización hacia defensores o comisionados, como posibles órganos neutrales, nunca tiene esta característica.

El problema real de esta superposición de vías es que desemboca en un circuito de acciones, ya que si el SAC, el defensor o el comisionado no resuelven o lo hacen en contra, difícilmente las entidades bancarias aceptarán una mediación institucional para volver a ver un conflicto que ya ha pasado por las instancias previstas y que les es vinculante.

## 2.6 Actuaciones de apoyo o promoción de la mediación

De las encuestas realizadas a la JACC y a la SCE, se desprende que no existe registro de las actuaciones de apoyo o promoción de la mediación. Tanto la JACC como la SCE indican que se hace promoción e información a través de la página web de la ACC, mediante campañas informativas, así como asesoramiento previo desde la Sección de Información de la ACC. Las actividades de formación se hacen desde la Sección de Formación (ACC).

Las organizaciones de consumidores realizan actividades de promoción generalmente a partir de la información previa que realizan en el primer contacto que el consumidor tiene con la organización en relación con un conflicto, o a través de los mediadores que participan en charlas.

La promoción de la mediación también fue uno de los temas tratados en las entrevistas con los mediadores. En este sentido, los entrevistados entienden que, aunque desde la ACC y la Generalitat se hacen campañas promocionales sobre los métodos de resolución alternativos de conflictos, éstas son insuficientes. Generalmente, la promoción de la mediación se hace a través de la información previa que se da una vez recibida la reclamación. Los entrevistados indican también otros métodos como las charlas que realizan en el territorio, campañas de fomento de arbitraje, divulgación en medios de comunicación (radio), la página web de la misma organización y varias publicaciones.

## 3 Análisis cualitativo

### 3.1 Escenarios de conflicto

#### 3.1.1 Entrevistas a los mediadores: las percepciones de las partes sobre la mediación y propuestas de cambio

Se consideró como un dato relevante del análisis cualitativo recoger la opinión de los mediadores en una entrevista. Así, se optó por realizar una entrevista a cada mediador con un cuestionario definido que contenía preguntas que pretendían obtener información sobre cuatro puntos diferentes, con el objetivo de:

- En primer lugar, aportar datos que no habían podido ser tratados en las encuestas, especialmente sobre el perfil de los mediadores y la formación de los mediadores, como ya hemos visto antes en el apartado 2.2.
- En segundo lugar, recoger más información sobre el desarrollo del proceso de mediación y propuestas de mejora o cambio. Esta información se desarrolla en el apartado 3.3.
- En tercer lugar, introducir algunos temas en torno a las posibles especificidades de la aplicación de los principios de la mediación a la mediación en consumo, que después también fueron tratados en los grupos focales, con el fin de poder comparar los resultados, que se han tratado conjuntamente con los grupos focales en el apartado 3.1.2.
- En cuarto lugar, expresar los problemas que surgen en la práctica cotidiana, como elemento a tener en cuenta con el fin de determinar las propuestas de mejora. Este aspecto se encontrará sintetizado a continuación, ya que fue el origen del tratamiento de algunos temas en el apartado de conclusiones.

Para llevar a cabo las entrevistas se confeccionaron dos cuestionarios: uno pensado para los mediadores internos y otro en relación con las mediaciones transfronterizas, entendiéndose que, por su especificidad, convenía formular otras preguntas. El primer cuestionario fue contestado por 17 mediadores. De entre ellos, se hizo la entrevista a los cinco mediadores de la ACC (JACC), como grupo representativo de la mediación institucional, ya que son de los pocos que podemos considerar mediadores a tiempo completo según lo que consta en las bases de datos, y los 12 mediadores que las asociaciones de consumidores nos informaron que ejercían como tales

tanto si provenían de la misma asociación (11) como si provenían de un servicio externo (1), todos ellos en calidad de mediadores a tiempo parcial.

El resultado más interesante obtenido fue la información recogida sobre la percepción y actitud de las partes ante la mediación, que genera unas consecuencias no deseadas. También se confirmó un claro acuerdo sobre el papel y la función de la mediación. Finalmente, las propuestas mejor acogidas fueron la bidireccionalidad del proceso de mediación y el uso de las TIC. Pasamos a desarrollar estos resultados:

#### La función del mediador

Todos los mediadores coinciden en hacer resaltar su papel de **facilitador**: Los mediadores velan para que las partes se acerquen y se hagan entender, con el objetivo de que puedan llegar a un acuerdo e incluso restablecer la relación que se había deteriorado. Por eso, es importante resaltar que todos los entrevistados destacan que las partes, consumidor y comerciante, son las que llegan por sí mismas a una solución de su controversia y ponen el énfasis en el hecho de que su intervención sirve para ayudar a ver las ventajas y los inconvenientes de cada posición a fin de que lleguen por ellas mismas a un acuerdo satisfactorio. Esta consideración generalizada está de acuerdo con el tratamiento legal de la mediación (art. 132-1 Código de consumo). Este resultado contradice la afirmación de Blanco Carrasco (2009 b: 155) que el mediador de consumo es activo e influye en las partes.

Los tipos de acuerdos a los cuales se llega con la mediación acostumbran a ser de cariz económico, y el tipo concreto varía según el sector y el objeto de la controversia: desde la sustitución del producto hasta la reducción del precio o la devolución de una cantidad económica. En general, las empresas que contestan acostumbran a responder a la petición formulada por el consumidor, pero también se dan casos que se solucionan como consecuencia de una concesión por ambas partes. En salud, en general, la respuesta es negativa; no obstante, hay casos en que se ofrece la intervención gratuita.

#### Actitud de las partes ante la mediación: expectativas muy altas y percepción de la neutralidad

Todos los mediadores institucionales entrevistados destacan la falta de información que acostumbra a tener el reclamante a la hora de iniciar el proceso de mediación.

Los consumidores y usuarios llegan con expectativas muy altas y con la percepción de que la ACC y la SCE son entidades que velarán por sus intereses y que, por lo tanto, obtendrán aquello que solicitan en la reclamación. Este hecho provoca que a menudo no estén muy dispuestos a ceder en su petición. Ello se relaciona con la falta de información que acostumbra a tener el consumidor a la hora de iniciar el proceso de mediación; la mayoría de los mediadores entrevistados indican que los consumidores pretenden que se les dé la razón y tienen poca disposición para cambiar su posicionamiento. Sólo dos de los once mediadores entrevistados indican bajas expectativas y un cierto pesimismo en cuanto a las posibilidades de éxito de la mediación. La percepción es la misma desde las asociaciones de consumidores, ya que se ven como instituciones de defensa del consumidor.

En general, los mediadores manifiestan que las expectativas reales tendrían que consistir en la posibilidad de intentar resolver un conflicto mediante un acuerdo que seguramente se obtendrá a cambio de una renuncia o cesión por parte del consumidor. La conclusión es que el consumidor no acude a la mediación pensando en un esquema ganar-ganar, sino reafirmando en su posición.

Los empresarios son más propicios a ofrecer acuerdos cuando hay una deuda pendiente de pago por parte del consumidor —es decir, hay una obligación recíproca que no se ha cumplido; eso hace que tengan más interés en la mediación y formulan propuestas de acuerdo. Por lo tanto, también acaba siendo un problema de expectativas.

Cuando la mediación no finaliza en acuerdo, el consumidor es partidario de acudir al arbitraje para solucionar el conflicto. Contrariamente, las empresas que no están adheridas al sistema arbitral son reticentes a iniciar el procedimiento arbitral. Esta percepción encuentra apoyo en los datos de la tabla sobre resultados de la mediación, según los cuales sólo un 10% de los casos donde no ha habido acuerdo de mediación pasan a arbitraje.

### Percepción de la no neutralidad de los mediadores

Los mediadores afirman que hay ciertos componentes en la percepción de la neutralidad que condicionan la actitud de las partes ante la mediación: el consumidor acostumbra a sentirse desprotegido y busca que el mediador lo proteja ante el empresario y que lo defienda. Por lo tanto, en un primer momento, el mediador tiene que convencer al reclamante de que él no lo defenderá,

sino que será un tercero neutral e imparcial que intentará ayudar a las partes a fin de que ellas mismas lleguen a una solución del conflicto, tanto si se trata de una mediación institucional como si se trata de una mediación privada.

En la misma línea, desde el ámbito de la mediación privada, se afirma que las empresas también son reticentes al proceso por la poca confianza que éstas tienen en la neutralidad de los organismos públicos o bien en asociaciones cuya finalidad es la defensa de los consumidores. Esta percepción de la neutralidad, por diferentes motivos y con diferente alcance, provoca que el mediador se encuentre en la necesidad de hacer entender a las partes cuál es su papel, cómo funciona el proceso de mediación y cuál es el objetivo de éste. En concreto, tiene que hacer que ambas comprendan la situación desde la perspectiva del beneficio mutuo y de su papel meramente facilitador. Además, tiene que convencerlas para que sean flexibles y estén dispuestas a ceder a fin de que la mediación prospere y se llegue a un acuerdo satisfactorio.

A pesar de estas percepciones generalizadas, ninguno de los entrevistados ha sido nunca recusado, de forma que los problemas de actitud ante la mediación en consumidores y empresarios no parecen afectar a la imagen que las partes tienen de la actuación concreta del mediador. Éste es un punto fuerte, ya que puede permitir actuar sobre los problemas de percepción con eficacia. La conclusión es, sin embargo, que la cuestión de las percepciones es un problema importante, que iremos tratando en las siguientes secciones, ya que incidir en la mejora de este aspecto puede comportar un aumento considerable en el éxito de las mediaciones. Es innegable constatar que tiene una relevancia vital que las partes de una mediación en consumo conozcan exactamente en que consiste el proceso y la posibilidad de hacer uso de esta herramienta. La información que ellas tengan sobre el proceso será determinante a la hora de llegar a un acuerdo satisfactorio. En esta línea, los técnicos de la SCE añaden que la clave del éxito en las mediaciones transfronterizas es la cooperación con otros organismos de consumo.

### Proceso de mediación: problemas en la práctica

La mayoría de los mediadores entrevistados considera que la duración del proceso de mediación depende de la complejidad del caso, de si ha necesitado realizar peritaje u otras pruebas, de la distancia territorial, etc. Sin em-



bargo, la mayoría asegura que es difícil hacer una media de la duración habitual del proceso así como establecer un plazo recomendable para concluir la mediación, ya que el proceso de mediación depende de muchos factores además de los ya mencionados como la materia objeto de litigio, la cuantía, la actitud de las partes, etc.

Además, la mayoría de mediadores entrevistados aseguran que **el plazo del proceso de mediación es demasiado largo** y afirman que el problema viene determinado por un volumen de expedientes a resolver muy elevado, sumado a la falta de personal. No obstante, la mayoría considera perjudicial alargar el proceso y, aunque no haya convergencia en cuanto al plazo recomendable, las opiniones recibidas marcan un plazo que va desde los quince días hasta los tres meses.

Por su parte, los mediadores de las asociaciones recalcan que los problemas más frecuentes provienen sobre todo del desconocimiento que las partes tienen de la mediación y de la figura del mediador. Ello genera desconfianza y provoca una afectación mayor de tiempo para hacer entender a las partes el funcionamiento y las ventajas del proceso de mediación. Otro problema frecuente es el silencio de la empresa o la demora de la respuesta, junto con el posicionamiento y la baja predisposición para cambiarlo, hechos que provocan la dilatación del proceso. Se unen los plazos excesivos de determinados organismos para emitir resoluciones.

En salud, se indica, sobre todo, la baja voluntariedad de los profesionales sanitarios a participar, así como la intromisión de los seguros civiles subsidiarios.

El segundo problema destacado es la **falta de respuesta por parte de algunas empresas, hecho que demora el procedimiento innecesariamente**. Nos han referido casos que pueden cerrarse en unos días y casos que pueden tardar meses. Incluso se indican situaciones extremas, de casos que tardaron dos años a finalizarse. Desde la mediación institucional, este hecho se relaciona con el principio de voluntariedad que está latente a lo largo de todo el proceso y que afecta tanto a las partes como al mediador. Sin la voluntad de las partes la mediación no es posible y esta voluntad tiene que darse desde el inicio de la mediación hasta el final. No obstante, muchos mediadores entienden que “forzar” que la empresa se pronuncie sobre la aceptación o no-aceptación de la mediación no vulneraría este principio y evitaría dilataciones innecesarias del proceso.

En las entrevistas a los mediadores privados las soluciones son más variadas, ya que se destaca la necesidad de buscar medidas para agilizar el proceso. Hay disparidad de opiniones: hay quien opina que desde la Adminis-

tración se tendría que habilitar un centro u organismo sin competencia con el fin de citar a las partes si éstas exceden el plazo recomendable; en cambio, hay quien considera que son las mismas partes las que tienen que hacer las diligencias necesarias, y algunos entrevistados consideran que el mediador tendría que fijar plazos o protocolizar el proceso, mediante un acuerdo con las partes<sup>24</sup>. En relación con la duración de la mediación, los técnicos insisten en la importancia de no prolongarla ya que, según su experiencia, a más tiempo transcurrido más reticentes son las partes a llegar a un acuerdo.

Desde la mediación institucional, también se ha puesto de relieve el insuficiente personal mediador de qué se dispone. Tengamos presente que las mediaciones realizadas en los últimos años se han incrementado desmesuradamente (tal como lo demuestran los datos cuantitativos) y, en cambio, el número de técnicos en consumo se ha mantenido. La opinión mayoritaria afirma que haría falta un reforzamiento de personal.

### Propuestas de cambio: bidireccionalidad de la mediación en consumo

Como es sabido, la regulación actual de los procesos de resoluciones alternativas de conflictos que componen lo que se denomina sistema arbitral de consumo impide que la empresa o profesional tenga legitimación para iniciar el procedimiento (artículo 34 del Real Decreto 231/08). En esta línea se preguntó si podía ser beneficioso para el sistema otorgar legitimación activa también a la empresa. Las opiniones de los mediadores de la ACC no son unánimes: la mayoría entienden que el hecho de que la empresa no pueda iniciar el procedimiento no implica que ésta se encuentre en inferioridad de condiciones hacia el consumidor. Eso es así porque la empresa reclamada siempre tiene la facultad de poder reconvenir la reclamación. Pero tiene que quedar constancia que en la ACC sí que se han encontrado casos en que la empresa ha querido iniciar el procedimiento de mediación (por ejemplo, en supuestos de tintorerías donde el consumidor no ha ido a recoger la pieza de ropa).

En cambio, todos los mediadores de la SCE consideran que sería beneficioso para el sistema otorgar legitimación activa también a la empresa, entre otros aspectos, con el fin de constatar el interés para resolver los conflictos, para ambas partes y así acelerar los procesos. Y la misma opinión es mayoritaria en el ámbito de la mediación privada: excepto uno, todos los mediadores consideran que, por razones de equidad, sería positivo dar a las empresas la legitimación de iniciar el proce-

so de mediación; no obstante, lo consideran poco útil de cara a la práctica. La opinión contraria se argumenta con el riesgo de incrementar el desequilibrio de poder ya existente entre las empresas y los consumidores.

En salud se considera especialmente útil, dado que muchas veces el usuario tan sólo busca empatía y el reconocimiento del error por parte del personal del centro sanitario. A pesar de esta opinión mayoritaria, ni la SCE ni las asociaciones de consumidores se han encontrado nunca con casos de empresas que quieran iniciar la mediación.

### Idoneidad del uso de nuevas tecnologías (ODR)

Se ha interrogado con respecto a la conveniencia de utilizar aplicaciones informáticas y sistemas en línea de resolución de controversias (ODR por Online Dispute Resolution)<sup>25</sup>. Y así se ha constatado una percepción mayoritariamente positiva, aunque con ciertas reservas. La mayoría de mediadores consideran que informatizar el procedimiento es muy recomendable para el sistema ya que contribuye a agilizar los trámites y la comunicación entre las partes como el inicio de la mediación o el intercambio de propuestas. No obstante, se plantean reservas con respecto a la aportación de pruebas y a la objetivación de la comunicación. En este último sentido, los mediadores insisten en que el factor humano es fundamental para la efectividad de la comunicación. Sin embargo, es mayoritaria la opinión que entiende que los sistemas de ODR serían beneficiosos para los procesos de mediación en consumo.

## 3.2 Grupos focales

La percepción de los mediadores como implicados directos en la mediación se contrastó con la opinión de expertos en los tres ámbitos de mediación descritos con la organización de dos grupos focales. El primero se hizo con representantes de la mediación institucional, procedentes de todos los niveles de las Administraciones Públicas que realizan mediaciones: las juntas arbitrales, las OCIC, las OMIC y una delegación territorial de la ACC. También se buscó el equilibrio territorial a fin de que las aportaciones del grupo fueran el reflejo de la realidad de todo el territorio. En este sentido, había representantes del área metropolitana y de las comarcas de Girona, Lleidua y Tarragona. En este mismo grupo, y dada la trans-

versalidad de las cuestiones a tratar, invitamos también a los representantes de la mediación transfronteriza.

El segundo grupo focal se organizó con las asociaciones de consumidores. La entrevista a los mediadores nos hizo ver que había aspectos que podían ser diferentes, pero la conclusión fue bastante homogénea. El núcleo del grupo focal se definió según el concepto ya mencionado de asociación más representativa. En este caso, el grupo se hizo con representantes de las asociaciones de Barcelona, entendiendo que éste es el territorio donde se realizan más mediaciones por esta vía y donde habíamos recaudado los datos del análisis cuantitativo.

Los grupos focales partieron de cuestionarios sobre diferentes aspectos de la mediación, sobre las partes, el proceso, los principios de la mediación y problemas y sugerencias de cara al futuro. A continuación hemos sistematizado las aportaciones de los dos grupos de manera unitaria, ya que no hubo diferencias significativas entre los resultados de los dos grupos, y hemos añadido las valoraciones hechas por los mediadores en las entrevistas sobre estos mismos temas.

### 3.2.1 Sobre los principios de la mediación y su posible especificidad en el ámbito de la mediación en consumo

Plantear en un grupo focal la discusión sobre los principios de la mediación tenía un objetivo claro: ver hasta qué punto la dualidad normativa era también dualidad de fondo. En efecto, la Recomendación de la Comisión Europea de 2001 presenta un catálogo de principios para la mediación en consumo que es diferente, en algunos aspectos, al presentado por la LMP y tampoco es coincidente con los principios del entonces Proyecto de Ley del Código de consumo de Cataluña, que ha recogido sin variación el Código de consumo. Se quiso contrastar este mosaico legal con la práctica diaria de la actividad mediadora, para saber si, en algún caso, los principios que informaban los dos sistemas de mediación eran contradictorios. La conclusión global es que hay matices, pero puede afirmarse que los principios son coincidentes.

#### Neutralidad e imparcialidad

La Recomendación de 2001 y el Código de consumo hacen referencia al principio de imparcialidad, mientras que la LMP se refiere tanto al principio de neutralidad como al de imparcialidad. Por su parte, el RD 231/2008

habla de independencia e imparcialidad, como requisitos aplicables a los mediadores y a los árbitros. Así pues, esta terminología no es homogénea. En el ámbito de la mediación de consumo conviene hablar de imparcialidad y neutralidad.

Para los intervinientes, la neutralidad y la imparcialidad se interpretan de forma conjunta y no se distingue entre la imparcialidad como cumplimiento de condiciones objetivas de equidistancia (incompatibilidades) y neutralidad como actuación sin favorecer ninguna de las dos partes en el proceso de mediación (García Villaluenga, 2006: 403).

La neutralidad **se interpreta como la obligación de no favorecer ninguna de las dos partes**; es decir, no ponerse de parte de uno de los mediados en perjuicio del otro. Esta visión corrobora la opinión de la mayoría de mediadores entrevistados, que consideran que el papel de facilitador no activo del mediador es suficiente garantía de su neutralidad. Algún interviniente vincula esta neutralidad con la noción de actuación niveladora en una relación desequilibrada como es la de consumo, con el fin de garantizar las posibilidades de un acuerdo en igualdad de condiciones. Creemos que este hecho se relaciona, de forma clara, con el aspecto de la necesaria información previa sobre los derechos legales de ambas partes, del cual hablaremos en el apartado de prospectiva.

Por eso, puede concluirse que la neutralidad en la mediación en consumo se entiende comprendida en la idea de mediador como facilitador que, por este motivo, no favorece ninguna de las partes. Pero es evidente que la práctica de la mediación en consumo sigue el patrón de neutralidad de la mediación civil en general.

Los expertos señalan, sin embargo, la existencia de un conflicto en relación con la **neutralidad según cómo esté ordenado el servicio de mediación**:

- En el ámbito de la mediación institucional, los intervinientes han destacado la posibilidad de que el hecho de acudir a una mediación organizada suponga un problema para la empresa que cree que la Administración Pública toma partido por el consumidor.
- En el ámbito de la mediación privada, se manifiestan las dificultades al entender que las asociaciones de consumidores actúan para sus asociados y en su defensa.

Este aspecto es muy destacable, ya que enlaza directamente con lo que hemos denominado percepción de la no neutralidad, que ya habían puesto de manifiesto los

mediadores en las entrevistas y que será desarrollado en el apartado de la prospectiva.

## Confidencialidad

Con respecto a la confidencialidad, se afirmó que tiene, en la mediación en consumo, un alcance diferente respecto a la mediación en otros ámbitos (por ejemplo, el familiar) ya que las cuestiones tratadas no afectan a una esfera íntima de la persona. Sin embargo, este hecho no implica entender que la confidencialidad no sea un principio de la mediación.

Por otra parte, los intervinientes también destacaron que las informaciones de carácter estrictamente privado, que entran dentro de lo que podemos denominar datos personales, tienen que ser tratadas de acuerdo con su propia normativa, que varía en función de si son datos especialmente protegidos (cómo se da a veces en relación con datos referentes a la religión o a la salud) o datos de protección normal. Todos los mediadores consideraron indispensable la aplicación rigurosa de la normativa de protección de los datos personales.

Por lo que se refiere a otros aspectos del proceso de mediación, se desprende la conclusión que **el mediador debe velar para que se revelen sólo aquellos datos consentidos por las partes** y, de todas maneras, la información mínima necesaria para el buen desarrollo del proceso. Corroborando esta idea, los grupos focales indicaron que, en el caso de la mediación en consumo, habría que establecer una gradación según el soporte en que se presenta: así, las conversaciones telefónicas son estrictamente confidenciales; en cambio, con respecto a la información escrita (fax, carta, correo electrónico, mensaje de móvil), se entiende que no sería confidencial si las partes han aceptado recíprocamente trasladarse la información en el proceso mediador. De hecho, éste es un problema cuando la mediación no ha tenido éxito y las partes deciden acudir a arbitraje, porque **la confidencialidad de la documentación referente al caso que ha sido aportada al expediente de mediación no puede garantizarse**, sobre todo si el proceso de mediación ha empezado con una reclamación en el sistema de mediación institucional. Hay algún matiz, cuando la mediación ha sido privada, ya que entonces el expediente de mediación, si no llega a un acuerdo, no pasa a arbitraje directamente, sino que se hace una nueva solicitud ante una junta con las pruebas que la parte considere convenientes. Pero obviamente, también en este caso las partes ya conocerán las pruebas aportadas en el anterior proceso de mediación.

Finalmente, **el acta final no sería confidencial** en tanto que sea necesario aplicar el acuerdo de mediación o para dejar constancia del intento de mediación no logrado.

También se apuntó que teniendo en cuenta que la mediación institucional de consumo se realiza en sede administrativa, desarrollando y aplicando el precepto constitucional de “proteger con procedimientos eficaces (...)”, habría que prever una excepción al principio de confidencialidad del mediador derivado de la necesidad de proteger las personas consumidoras cuando, a partir de una reclamación que inicia un proceso mediador, se conoce la comisión de una infracción administrativa. *A sensu contrario*, nos podríamos encontrar con que el proceso mediador imposibilitaría la función de control de la Administración para perseguir actuaciones fraudulentas o contrarias al derecho imperativo que rige en el ámbito de las relaciones de consumo.

## Voluntariedad

La posibilidad de iniciar voluntariamente un procedimiento de mediación en consumo es un tema asumido que genera poco debate, y así lo recoge tanto la Recomendación de 2001 como la LMP. Lo que se sometió a los grupos fue determinar si la voluntad de las partes también debía respetarse en relación con el final de la mediación o si el mediador debía poder decidir el final del proceso. La conclusión general, en los dos grupos, fue que **el mediador debe poder decidir el final de la mediación**. El experto es el que puede entender cuándo el acuerdo es posible en función de los posicionamientos y alegaciones de las partes. En el supuesto de percibir que existe una falta absoluta de voluntad de no llegar a ningún punto de encuentro entre las diferentes posiciones puede decidir dar por finalizado el proceso y así evitar prolongarlo innecesariamente. Los entes que desarrollan mediaciones presenciales indicaron que una sesión presencial conjunta es suficiente para el buen desarrollo del proceso.

Como aspecto vinculado a la voluntariedad, se planteó si se tenía que **incentivar el sometimiento de la empresa a la mediación**, dentro o fuera del sistema arbitral. En las entrevistas a los mediadores ya se había puesto de relieve la necesidad de incentivar la mediación entre las empresas, ya que su negativa a la mediación frustra todo el proceso, y la opinión de todos los entrevistados fue positiva. En los grupos focales se volvió a plantear este aspecto, y nuevamente, tanto desde la mediación institucional como desde la privada, se señaló la con-

veniencia de esta medida. De hecho, esta incentivación va más dirigida a la resolución de los casos por arbitraje que por mediación: la mayoría de los participantes destacaban que la incentivación podría resolver el problema de cómo dar una respuesta al conflicto cuando la mediación no ha funcionado. En este sentido, se considera que la incentivación es beneficiosa para las dos partes: para el consumidor porque puede esperar una solución al conflicto, y para la empresa porque la adhesión al sistema arbitral le puede reportar una buena imagen de marca (Maluquer de Motes, 2004). Esta respuesta masiva a favor del sí pone en evidencia las estrechas relaciones de la mediación con el arbitraje, se haya realizado o no la mediación dentro del sistema arbitral de consumo. Lo que también destacaban los expertos es que **el acuerdo de mediación es más satisfactorio para las partes que el acuerdo impuesto por un tercero mediante el arbitraje**.

La excepción a este planteamiento es la mediación transfronteriza, ya que en este caso no hay un sistema arbitral, sino que la mediación es el único sistema que tiene el consumidor para poder hacer sus reclamaciones. En este caso es necesario disponer de un sistema de mediación muy efectivo.

## Carácter personalísimo

Sobre este principio surgieron **dos interpretaciones**: hay quien lo entiende como **manera individualizada de tratar los casos**, y hay quien lo interpreta en el sentido de **presencialidad de las partes**. Con respecto a este último concepto, algunos mediadores no lo consideran necesario e incluso en las mediaciones transfronterizas esta presencialidad no es posible; y otros consideran que puede admitirse la representación con autorización expresa, pero la mayoría de los entrevistados no se pronuncia. El principio personalísimo, sin embargo, se tendría que matizar en razón de la especialidad del procedimiento. Es evidente que el mismo sistema impide que todas las reclamaciones se puedan realizar de manera presencial. De la misma manera, el principio de inmediatez queda difuso si tenemos presente que la dilatación del proceso depende de la diligencia de las partes a la hora de responder a las peticiones de los mediadores.

Los expertos coinciden en interpretar el principio de inmediatez como celeridad del proceso, tanto por parte del mediador como por parte de los mediados, y muchos entrevistados hacen referencia expresa a la rapidez de respuesta por parte de la empresa reclamada.

## Buena fe y flexibilidad

Los participantes fueron unánimes en la **valoración positiva** de la buena fe y la flexibilidad en el proceso de mediación. Así, se indicó que una mediación en la que las partes no actúen de buena fe se convierte en un instrumento de presión o amenaza. Los participantes consideraron que hay que valorar la buena fe desde el principio del procedimiento ya que la omisión de información por las partes condiciona tanto la percepción del conflicto por parte del mediador como la misma función mediadora.

La flexibilidad se entiende también como una característica innata en la mediación, ya que si ésta falta ya no nos encontramos ante un procedimiento tan eficaz ni ágil, valorado por igual por ambas partes en conflicto. También se mencionó la necesidad que las partes sean flexibles para intentar llegar a un acuerdo ya que la excesiva rigidez en muchas ocasiones lo imposibilita. La flexibilidad también se relacionó con un proceso poco formalista.

## Transparencia

El principio de transparencia está reconocido en la Recomendación de 2001, a diferencia de la LMP. Se entiende que, aplicado a la mediación tendría que consistir **en garantizar a las partes el acceso a la información sobre el significado de la mediación**, requisitos, posibles gastos, calendario, normativa y códigos de conducta en su caso aplicables, valor de la solución acordada, etc., pero también en la proyección exterior, ya que hay que recordar que la Comisión Europea recomienda que se ponga a disposición del público las estadísticas de número y tipos de reclamaciones, resultados, duración de resolución, incidencias y, si se sabe, grado de cumplimiento de los acuerdos.

Otra faceta de la transparencia destacada por los grupos fue la relativa al mismo proceso de mediación: **información a las partes sobre la marcha del proceso**, que tendría que comprender todos los actos que se lleven a cabo durante la mediación, relativos a la documentación, aportación de otros medios de prueba, evitar la ocultación de hechos o pruebas que pudieran perjudicar a una de las partes, etc.

La tercera manifestación de la transparencia es la necesidad de informar al consumidor acerca de sus derechos con el fin de restablecer el equilibrio entre ambas partes antes de iniciar la búsqueda de una solución consensuada.

## 3.2.2 Aspectos relativos al proceso de mediación

### Duración del proceso

La excesiva duración de los procesos de mediación es uno de los problemas percibidos en la tarea mediadora, como se ha indicado anteriormente. Así, preguntamos a los grupos focales si sería conveniente que se estableciera una limitación legal de la duración de la mediación. La respuesta fue positiva en todos los casos, y la duración óptima se establecía en torno a un mes y medio, con variantes que iban desde las tres semanas a los tres meses.

En cualquier caso, la mayoría de los participantes vincularon la duración excesiva de algunos procesos de mediación a la voluntariedad cuando las partes ya no pretenden continuar aproximando sus posturas para intentar llegar a una solución. Sobre este aspecto, se aventuraron algunos límites temporales máximos en cada mediación que iban desde los dos a los cuatro meses. Sin embargo, se debería tener en cuenta circunstancias dilatorias como la proposición de pruebas u otras consultas que podrían hacer durar la mediación más allá de estos límites.

La excepción a esta duración se refiere a la mediación transfronteriza, que demanda un plazo de seis meses, por las dificultades inherentes a la localización de las partes o a la tramitación del expediente.

### Imposibilidad de mediar en reclamaciones posteriores entre las mismas partes

En general no se entiende que esta limitación sea aplicable a las reclamaciones de consumo, ya que no hay que establecer ningún límite a la intervención del mediador en consumo por razón que lo haya sido en mediaciones anteriores con una determinada empresa.

Las propuestas hechas fueron:

- La reiteración en la relación convierte al mediador en un referente para la empresa, en su interlocutor, porque el empresario o profesional sabe que quien dirige el procedimiento es un técnico solvente que analizará el conflicto y con su experiencia y profesionalidad facilitará el acuerdo en la medida en que sea posible.
- Con respecto a la empresa, se destacó la imposibilidad de utilizar este criterio contra empresas

de telefonía o servicios básicos, ya que una parte es la misma en una pluralidad notable de casos. De hecho, se nos destacaba en algunos ámbitos la existencia de mediaciones “colectivas” por unos mismos hechos y que vinculaban a un grupo de consumidores contra un profesional o una empresa. Este supuesto requiere de una gran meticulosidad en la documentación y definición de cada una de las pretensiones consideradas colectivamente, en especial para acordar una solución aceptada por todas las partes reclamantes en consenso.

- Tampoco parece evidente que la limitación se pueda imponer a los consumidores de entrada: si existe un caso de abuso, corresponde al mediador detectarlo.
- Finalmente se destacó que cada proceso de mediación es independiente y que el mediador no está condicionado por la actuación en un proceso cuando se enfrenta con una mediación similar y con las mismas partes. Puede utilizar los conocimientos obtenidos en la primera mediación para facilitar el acuerdo, pero no está vinculado por los actos propios.

### Posibilidad de mediación después del laudo arbitral para evitar un juicio de ejecución

En este caso nos planteábamos un supuesto complejo en el cual la mediación inicial ha acabado sin acuerdo y las partes han optado por someterse a la decisión de un árbitro que impone la solución. Una vez esta solución ha sido dictada, y a pesar de que una o ambas partes no estén de acuerdo, ésta se tiene que cumplir. Ante la negativa de una de las partes a cumplirlo existe la posibilidad de acudir a los tribunales en un juicio ejecutivo. En este contexto, nos planteamos si ante este nuevo conflicto es útil una mediación con el fin de conseguir el cumplimiento total o parcial del laudo sin necesidad de acudir a los tribunales. Aunque el arbitraje es voluntario y la resolución dictada por el órgano arbitral tiene carácter ejecutivo, no siempre la ejecución es voluntaria. Por este motivo, se ha sometido a la apreciación de los expertos la conveniencia de realizar intervenciones mediadoras programadas después del arbitraje, con el fin de evitar reclamaciones judiciales por el incumplimiento del laudo.

La opinión general declina esta posibilidad, aludiendo a una cierta relación de nivel entre la mediación y el arbitraje como vías de resolución extrajudicial de conflictos, o bien alegando la dilación de la resolución efectiva del

conflicto, ya que no hay ninguna garantía de que al final de la mediación las partes cumplan el acuerdo. Uno de los participantes del grupo focal de la mediación institucional propone actuaciones mediadoras por parte del órgano arbitral, dentro del proceso de arbitraje, para garantizar la ejecución voluntaria del laudo. Una de estas actuaciones podría ser ofrecer a las partes el depósito de la cantidad en la Junta y dejar la valoración sobre el correcto cumplimiento de la obligación de hacer en manos del Colegio, previo informe de un experto o perito que se designe (si ello es necesario).

Por parte del grupo focal de la mediación privada, se desprende un apunte hacia la posibilidad de que la previsión de mediaciones postarbitrales desacredite el mismo sistema arbitral. Se entiende que esta afirmación emerge de una interpretación de jerarquía o de nivel, similar al anteriormente mencionado.

De las opiniones favorables, una simplemente considera conveniente realizar intervenciones mediadoras programadas, y otra alega la buena fe y que en la mayoría de veces el incumplimiento se debe a algún error administrativo y no a la voluntad de la parte. También indica que el procedimiento de la ejecución forzosa es lento y alargaría más el proceso. En cambio, a veces se consigue que la parte cumpla el laudo con una sola llamada.

### 3.2.3 Formación y funciones de los mediadores

Sobre la necesidad de que los mediadores tengan formación jurídica, la conclusión extraída es que los grupos disocian la formación de los conocimientos jurídicos. Mientras que la primera no se considera necesaria, la mayoría de los expertos sí considera imprescindible que los mediadores tengan conocimientos jurídicos. Un representante de la mediación institucional agrega la necesidad de tener formación específica en mediación.

Las consideraciones relativas a la formación de los mediadores vienen a ser coherentes con la valoración que los grupos focales hacen con respecto a la necesidad de empezar el proceso de mediación trabajando con las partes para paliar el desequilibrio de poder debido a la falta de conocimientos de sus derechos o del marco legal. En este sentido, todos los participantes coinciden en el hecho de que una de las funciones del mediador es informar a las partes sobre estos aspectos, sobre todo porque la información previa en la oficina es posible sólo en el caso de las reclamaciones presenciales y no para las reclamaciones recibidas por correo o mediante las hojas de reclamación de los establecimientos comercia-

les. Desde la mediación institucional se apunta que la información previa no siempre es eficaz, ya que a veces los técnicos de atención directa aceptan reclamaciones, aunque no tengan fundamento, a consecuencia de la presión a la cual se ven sometidos por los consumidores.

Así pues, el mediador debe asegurarse que las partes están debidamente informadas y que se vinculan al proceso de mediación con el conocimiento de sus derechos y deberes y los límites establecidos por la normativa aplicable a la controversia en cuestión.

La protocolización de la mediación o **la elaboración de una guía de buenas prácticas** específica para la mediación en consumo, fue un tema valorado de manera positiva por todos los grupos focales. Si bien se considera útil que se unifiquen los criterios de actuación para todas las entidades mediadoras y, al mismo tiempo, que se oriente las actuaciones de las partes en mediación, se enfatiza la necesidad de asegurar la suficiente flexibilidad de estas normas con el fin de no restringir la libertad del mediador de optar por un determinado método y de aplicar su intuición y sus conocimientos adquiridos con la práctica. Debe evitarse que la protocolización convierta la mediación en un procedimiento rígido e, incluso, la desvirtúe.

Siguiendo en la línea de la reglamentación de la mediación, se planteó la cuestión del **estatuto del mediador** en relación con la normativa actual. La participación de los expertos en el análisis de este tema fue más baja en comparación con la mayoría de temas tratados. Generalmente se apunta que el estatuto se tendría que centrar en los principios de la mediación. Se consideran relevantes los aspectos relativos a las aptitudes personales del mediador y la actitud hacia el conflicto, su relación con las partes y las responsabilidades que le incumben con respecto al proceso de mediación. Sin embargo, con respecto a los procedimientos, el estatuto no tendría que entrar de manera significativa, quizás sólo para hacer referencia a la correcta aplicación de los principios de la mediación.

### 3.2.4 Posible desarrollo de sistemas de ODR

Todos los grupos focales analizaron la utilidad de los sistemas de mediación en línea. La conclusión general apunta a los beneficios que pueden aportar estos sistemas al agilizar los procedimientos, sobre todo en materias como la telefonía/Internet, los transportes o los suministros de servicios básicos, es decir, en aquellos sectores con un volumen importante de conflictos, ya

que suele suceder que las controversias implican a una misma empresa y los medios tradicionales de comunicación no propician celeridad al proceso.

No obstante, se tiene que tener en cuenta el nivel de dominio que la población tiene de las nuevas tecnologías y plasmar la incorporación de sistemas de mediación en línea de manera facultativa y no restrictiva. Además, y en coherencia con todas las observaciones hechas por los grupos focales hacia la necesidad de tratar todos los aspectos relativos al proceso de mediación con la máxima flexibilidad posible, se tendría que analizar la conveniencia de la aplicación de sistemas en línea sólo en aquellas fases del proceso que suponen más estancamiento en el intercambio de información y que, por vía telemática, agilizarían el procedimiento y ahorrarían tiempo. En este sentido, se evitaría aplicar un sistema de resolución en línea que englobara todo el proceso.

Finalmente, debe tenerse especial cuidado con algunos aspectos como el tratamiento de los datos personales, las pruebas y la firma digital.

## 3.3 Análisis cualitativo: diagramas de procesos

En este apartado se hizo la consulta sobre el proceso de mediación en la ACC y en la SCE, y sobre la información recogida se hizo el diagrama de flujo. En el caso de las asociaciones de consumidores, el proceso seguido fue indicado en las entrevistas a los mediadores, entendiendo que los protocolos de actuación son menos formales. Sin embargo, gran parte de la información del proceso se ha recogido de los mediadores en las entrevistas, ya que una parte de las preguntas hacían referencia a estas cuestiones.

### 3.3.1 Etapas de la mediación institucional:

#### Clasificación del tipo de reclamación

En el año 2008, la ACC recibió 10706 reclamaciones en tres tipos de documentos diferentes: en hoja de reclamación, en solicitud de arbitraje (la mediación será un paso previo al arbitraje de consumo) o como solicitud condicionada. Estas peticiones pueden hacerse llegar por escrito o mediante la aplicación de la página web de la ACC. En cambio, no se prevé la comunicación telefónica en este momento. Existen, pues, protocolos de inicio de la mediación a través de formularios.

Las reclamaciones son documentos ingresados en el sistema que plantean el desacuerdo del consumidor con una determinada actuación de un empresario, pero no todas estas reclamaciones son fuente de un conflicto actual que haya que resolver. La unidad administrativa de la ACC que recibe el escrito del consumidor da de alta el expediente en la base de datos clasificándolo según el sector económico afectado. Se analiza el escrito recibido y su naturaleza con el fin de determinar el tratamiento que hay que darle según se trate de una queja, una reclamación o una denuncia.

- **Queja:** La queja pretende dejar constancia de unos hechos en los cuales no se observa indicios de infracción, ni existe ninguna petición concreta del consumidor que sugiera la necesidad de resolver el conflicto. Su finalidad es, pues, que la Administración, por deseo de la persona consumidora, conozca los hechos y lo derive a la empresa. Eso facilita que la empresa pueda mejorar la calidad del servicio y/o la atención que presta a sus clientes. En estos casos se informatiza la queja en la GEC y se sigue el procedimiento de gestión de quejas.
- **Denuncia:** La denuncia es el acto administrativo por el cual se pone en conocimiento de la Administración un hecho que puede constituir una infracción administrativa en materia de consumo y de disciplina de mercado. En este caso, la Administración tiene que investigar los hechos y, si es necesario, actuar para corregir la conducta infractora o negligente e iniciar, cuando sea procedente, un expediente sancionador. Este procedimiento tiene por objetivo defender los intereses generales, no particulares, y corregir y prevenir conductas ilícitas. Las denuncias se tendrán que informatizar y se trasladarán al órgano inspector.
- **Reclamación:** Si efectivamente estamos ante una reclamación en un conflicto (en cualquiera de sus tipologías), se informatiza en la aplicación JACC y se prosigue con el proceso de mediación. Hay que enfatizar que la unidad de información también informa, orienta y asesora a las personas consumidoras y usuarias a través de diversas vías (telefónica, telemática y presencialmente) sobre sus derechos y la manera más eficaz para ejercerlos.

### Admisión de la reclamación

Son requisitos para iniciar una mediación y, por lo tanto, admitir una reclamación:

- Que la reclamación esté completa respecto los datos del reclamante y la pretensión concreta del consumidor (reembolso del dinero, cancelación del contrato, retorno del producto, etc.), y que el consumidor aporte toda aquella documentación que esté relacionada con el caso, desde facturas de compra hasta correos electrónicos intercambiados con la empresa. Si se estima necesario completar la reclamación el mediador contactará (generalmente vía correo electrónico o telefónicamente) con el consumidor a fin de que le facilite la documentación necesaria para proseguir la mediación. Si el consumidor no colabora y no facilita los documentos solicitados, se archivarán las actuaciones por desistimiento. No obstante, la regla general es que el consumidor contacte con el mediador y entregue toda la documentación requerida con el fin de poder avanzar en el proceso.
- Que el conflicto sobre el cual versa se pueda calificar de relación de consumo entre las partes. Así, las solicitudes condicionadas y de arbitraje que hagan referencia a materias excluidas o no relacionadas con consumo se tendrán que inadmitir. Antes de archivar las actuaciones por inadmisión deberá notificarse al reclamante con aviso de recepción.

Como el proceso de mediación es unidireccional, sólo puede iniciarlo el consumidor. Así, hablamos de reclamación desde este momento hasta el momento en que se inicia propiamente el proceso de mediación, donde las partes son libres de acercar posiciones y de hacer concesiones.

### Inicio de la mediación

Aunque los mediadores suelen identificar el inicio de las gestiones de contacto con el empresario como el inicio del proceso de mediación, de hecho no podemos hablar de mediación hasta que la empresa acepta esta posibilidad; antes nos movemos en lo que en el apartado de prospectiva distinguiremos entre “gestiones mediadoras” y “mediación formal”. Sin embargo, estas actuaciones están contabilizadas y atienden a protocolos, de forma que hay que considerarlas dentro de la mediación en un sentido amplio.

Una vez se admite la reclamación se asigna un mediador; se da de alta la mediación en el sistema informático; se crea el expediente correspondiente y se le asigna un número identificativo. Si estamos ante una solicitud de arbitraje o condicionada, el mediador tendrá que noti-



ficar al reclamante la admisión a trámite de la reclamación. En caso de que el consumidor haya efectuado la reclamación mediante una hoja de reclamación, la notificación sólo se realizará cuando se prevea que el plazo de respuesta de la empresa será superior a un mes.

En esta fase, el mediador contactará con la empresa reclamada para comunicarle la existencia de la reclamación y para que se pronuncie sobre si acepta o no el proceso de mediación para resolver el conflicto en cuestión. En virtud del principio de voluntariedad que caracteriza el sistema, la empresa tiene libertad para responder o no, así como para aceptar la mediación o rehusarla. De esta manera, si la empresa no acepta la mediación se archivarán las actuaciones por no aceptación y si lo acepta proseguirá el procedimiento.

Hay protocolos de inicio de la mediación que pueden presentarse por escrito o telemáticamente mediante la página web de la ACC. En la mediación privada se suele empezar por una visita presencial del consumidor que formula la reclamación.

## Desarrollo de la mediación

Cuando el mediador recibe una respuesta de la empresa se notifica a la otra parte, generalmente por correo electrónico o por teléfono, y posteriormente se intenta consolidar el acuerdo, dependiendo del tipo de respuesta, o archivar negativamente si no es posible ningún acuerdo.

La empresa puede aceptar directamente la petición hecha por el consumidor o realizar una nueva propuesta de resolución del conflicto. En estos supuestos el mediador tendrá que trasladar dicha propuesta al reclamante con la finalidad que se pronuncie. Si el reclamante acepta la propuesta de la empresa, la mediación finalizará por acuerdo. Contrariamente, si el reclamante rehúsa la propuesta de la empresa y se evidencia que las posturas se encuentran demasiado alejadas y que, por lo tanto, no será posible llegar a un acuerdo, se determina el final de las actuaciones, que se archivarán por falta de acuerdo. Al mismo resultado se llegará si el reclamante no responde a la propuesta que se ha ofrecido. Existe también la posibilidad que se produzca una cadena de alegaciones indeterminada por ambas partes que puede concluir con el archivo de las actuaciones por acuerdo o por desacuerdo.

Finalmente, en virtud del principio de voluntariedad que caracteriza el sistema, la empresa puede manifestar de manera expresa la no-aceptación de la mediación. Este hecho derivaría en el archivo de las actuaciones por falta de acuerdo.

En el ámbito de la ACC, los entrevistados indican que el medio de contacto utilizado durante el proceso acostumbra a ser el teléfono o el correo electrónico. Los mediadores recomiendan estos medios por su agilidad. Por esta razón, sólo de manera muy excepcional se han producido mediaciones presenciales. Además, los mismos comentan que durante el proceso de mediación las partes enfrentadas por el conflicto no acostumbran a tener ningún contacto entre ellas. Los expertos aseguran que una relación directa entre las partes dificultaría el éxito del proceso.

La ACC dispone de protocolos de derivación de la mediación, pero, en cambio, no tiene para la aceptación de la mediación: se pasa directamente al acta de inicio de la mediación.

El número de sesiones, la duración de éstas y la duración total del proceso no son aspectos que se regulen por protocolo. De hecho, este problema ha sido enfatizado por los mediadores y también ha surgido en los grupos focales, del cual se hace un análisis detallado en los apartados 3 y 4. Ahora corresponde avanzar que es uno de los problemas evidentes del proceso de mediación en consumo que implica no sólo la gestión de los recursos de todo tipo, sino también la percepción de los mediados sobre la mediación.

## Final de la mediación

En cualquier fase del proceso de mediación, las actuaciones pueden archivar de manera definitiva si hay desistimiento del reclamante, desaparición sobrevenida del objeto o la no localización del reclamante o de la empresa reclamada.

Si la mediación es con acuerdo, se redacta un documento de archivo por acuerdo. La redacción de un acta de acuerdo entre las partes depende del tipo de acuerdo al cual se llega. No siempre existe.

Si la mediación es sin acuerdo, se archiva el expediente por no acuerdo. El proceso de resolución del conflicto, sin embargo, no se detiene en el caso de la mediación interna sin acuerdo:

- En los casos que desemboquen en un archivo de las actuaciones por desacuerdo o por no-aceptación de la mediación se tendrá que tener en cuenta si la empresa está adherida al Sistema Arbitral de Consumo. Si la empresa está adherida, se traslada el expediente a la Sección de Arbitraje de la JACC y se finalizan directamente las actuaciones sin archivar.

- Contrariamente, si la empresa no está adherida, ésta puede aceptar explícitamente y por escrito el arbitraje trasladando las actuaciones a arbitraje. En este caso, los mediadores, tanto institucionales como privados, indican que el consumidor está más dispuesto a acudir a este sistema que el empresario.
- Si la empresa no acepta el arbitraje, se inicia la evaluación de la existencia de posibles indicios de infracción que desembocarían en un procedimiento sancionador. Hay que especificar que también está la posibilidad de trasladar el expediente por sanción si el consumidor lo hace constar de manera expresa. Si no se detectan indicios de infracción, se archivan las actuaciones y finaliza el proceso por no-aceptación.

Si se detectan indicios de infracción los mediadores tienen legitimación para trasladar las actuaciones al servicio de Inspección y Disciplina de Mercado. En cambio, esta posibilidad no se usa nunca cuando estamos hablando de mediación en salud. Con respecto a la SCE, esta derivación estará condicionada al hecho de que la empresa tenga su domicilio social en Cataluña.

Todo proceso mediado finaliza dejando constancia de la fecha de archivo de la mediación y del tipo de resultado obtenido (acuerdo por mediación, archivo definitivo, no-aceptación...). Pero si las partes llegan a un acuerdo, siempre hay una fase posterior de confirmación del cumplimiento de los términos del acuerdo (envío del producto, reembolso de dinero) para archivar la reclamación.

Los acuerdos a los que llegan las partes pueden formalizarse por escrito, en forma de acuerdo transaccional, que tiene valor de contrato privado, regulado por el artículo 1809 del Código Civil y debe estar firmado por ambas partes. En caso de incumplimiento, puede hacerse valer ante los tribunales ordinarios.

### Ejecución del acuerdo

En la JACC, generalmente, no se archivan las actuaciones hasta que se hace efectivo el cumplimiento del acuerdo. Ahora bien, si se archivan las actuaciones antes del cumplimiento del acuerdo, se comunica al consumidor que en caso de que la empresa no cumpla con aquello estipulado en el acuerdo, contacte con el técnico que ha llevado a cabo la mediación. De esta manera, los mediadores siempre velan por el cumplimiento del acuerdo establecido entre las partes. Sin embargo,

en relación con la conveniencia de legitimar al mediador en cuanto a la ejecución forzosa del contrato, la mayoría de los mediadores entienden que su función es trabajar para facilitar la comunicación (entendimiento como comprensión real de los puntos de vista opuestos), acercar posturas y fomentar la autonomía de las partes en la toma de decisiones relativas a su controversia. Por lo tanto, consideran que no corresponde al mediador forzar la ejecución del contrato. También hay un mediador que interpreta la pregunta como una referencia al carácter ejecutivo del acuerdo, ya que considera que sería incompatible con el principio de voluntariedad.

El diagrama de flujo correspondiente a este epígrafe 3.3.1, puede encontrarse en las páginas 346 y 347.

### 3.3.2 La gestión del elemento transfronterizo en la SCE

Además de los documentos indicados en la mediación interna, la mediación transfronteriza también se inicia con una solicitud de colaboración hacia el organismo exterior (mediaciones transfronterizas de consumo), y con una hoja oficial de reclamación que el pasajero o consumidor deja en el aeropuerto con la sola condición de que se demuestre que previamente la compañía o empresa ha tenido conocimiento y la oportunidad de responder.

Los profesionales de la Sección de Información, siempre que evidencien que la persona reclamante reside en Cataluña y el profesional reclamado está domiciliado en otro estado de la UE, o bien que el reclamante sea residente en un país de la UE y la empresa reclamada tenga su domicilio social en Cataluña, informatizan la reclamación transfronteriza y dan traslado de la misma a la SCE. Desde el punto de vista organizativo, y de acuerdo con los criterios de competencia territorial, todas las reclamaciones de consumo de ámbito transfronterizo se gestionan por la Sección de Consumo Europeo, SCE, de la ACC. De esta manera, los consumidores residentes en Cataluña pueden dirigirse al organismo de consumo más próximo a su lugar de residencia siguiendo el criterio de proximidad; este organismo proporcionará un asesoramiento inicial al consumidor y trasladará el caso a la SCE.

Las reclamaciones de los consumidores con residencia en Cataluña, provienen en general de las OMIC, los consejos comarcales, delegaciones territoriales de la ACC, otros organismos de la Generalitat -como, por ejemplo, la DG de Turismo-, asociaciones de consumidores o directamente del consumidor afectado. Las reclamaciones de ciudadanos residentes en otro país de la UE contra

un establecimiento con sede en Cataluña provienen de la Red de Centros Europeos del Consumidor, organismos de consumo de otros países o directamente del consumidor.

Una vez recibida la reclamación en la SCE, se hace un estudio preliminar del caso donde se comprueban diversos aspectos como la competencia material y territorial de la SCE para tratar el asunto en cuestión. En caso de que se detecte una causa de incompetencia se archivan las actuaciones por inadmisión. A modo de ejemplo, un supuesto de incompetencia territorial se daría si la sede social de la empresa reclamada se ubicara en un país que no formara parte de la UE y un supuesto de incompetencia material si estuviéramos ante una lesión, un fraude, un robo o una quiebra empresarial.

En el supuesto de que no se haya hecho un primer contacto con la empresa, el consumidor es debidamente informado sobre la normativa aplicable a fin de que pueda hacer este primer contacto con más conocimiento de sus derechos.

Las reclamaciones son gestionadas siguiendo el criterio cronológico de orden de llegada, a menos de que se trate de asuntos que por diferentes razones o plazos perentorios puedan requerir una gestión prioritaria, como que el consumidor tenga el problema en el momento en que contacta la SCE o exista un plazo de caducidad.

En el momento de gestionar la reclamación, ésta es revisada más detenidamente por el técnico al que se haya asignado el caso concreto, que estudia la viabilidad de la mediación de acuerdo con la normativa aplicable.

La mediación efectiva se realiza directamente con la empresa reclamada o bien a través de otro organismo de consumo, ya sea un Centro Europeo del Consumidor u otro organismo de protección de los consumidores de un Estado miembro. El medio que más se utiliza es el correo electrónico y el correo postal. Dependiendo del sector y del motivo de la reclamación, el plazo de respuesta de las empresas reclamadas puede variar; la media de respuesta a las propuestas de mediación es de dos meses. Las sesiones para llegar a un acuerdo definitivo van de una a seis.

Hay que destacar que, al tratarse de reclamaciones transfronterizas, en la mayoría de los casos los mediadores no sólo ofrecen apoyo técnico sino también lingüístico a las partes. Por este motivo, si se tienen que aplicar normas nacionales de países extranjeros de difícil interpretación o se desconoce el idioma de alguna de las partes afectadas, el mediador puede solicitar apoyo técnico y lingüístico a otros organismos de consumo.

En caso de resultado negativo, ya sea porque la empresa no responde o porque mantiene una versión diferente de los hechos y considera que no corresponde atender la petición de los consumidores se considera que el procedimiento extrajudicial de resolución de litigios ha concluido y se archiva el caso. El consumidor puede optar por continuar con su reclamación por la vía judicial. Dependiendo de las circunstancias de cada caso, se da traslado de la reclamación al Servicio de Inspección y Control de Mercado competente, siempre que el establecimiento empresarial reclamado se ubique en Cataluña. Si se demuestra la inexistencia de indicios de infracción o, a pesar de la presencia de éstos, el domicilio social de la empresa se encuentra fuera de Cataluña, se archivan las actuaciones.

A diferencia de la mediación interna, si no se ha llegado a un acuerdo en el proceso de mediación, las partes sólo pueden acceder a la vía judicial; la decisión de acudir a los tribunales ordinarios variará en función de la cuantía económica que esté en juego.

### 3.3.3 Proceso de mediación privada: la presencialidad

Las asociaciones de consumidores no actúan según los protocolos de la mediación institucional. En la mayoría de los casos, el volumen de actuaciones no justifica la existencia de un control intenso del proceso de mediación, que se deja a la iniciativa del mediador en función de las circunstancias de cada caso.

De entrada, hay que decir que se reciben reclamaciones por teléfono o que a menudo el consumidor acude físicamente a las dependencias de la asociación, y eso determina una mayor presencialidad en el proceso de mediación.

El proceso suele empezar invitando al reclamante a una entrevista presencial con el fin de obtener las aclaraciones necesarias. Una de ellas nos ha informado que primero analizan el caso que se les plantea, en segundo lugar, informan sobre sus derechos y finalmente, si realmente hay base legal para aquello que se solicita, se presenta a la empresa un escrito que se califica como reclamación, pero que deja claro al reclamado desde el inicio la voluntad de llegar a un acuerdo sobre el conflicto, con el fin de evitar los procedimientos judiciales. A partir de este escrito y de la respuesta de la empresa se intenta alcanzar un acuerdo.

A continuación se contacta con la empresa presentando el punto de vista de la parte reclamante. Generalmente

se realiza el traslado por escrito, para dejar constancia. En el caso de pequeñas empresas se intenta un contacto telefónico previo. También afirman que, dado el deterioro de la relación, las partes enfrentadas por el litigio son poco partidarias a tener contacto entre ellas.

Durante el proceso de mediación, el intercambio de comunicaciones se hace a través del mediador, excepto en el ámbito de la salud, donde muchos centros sanitarios responden directamente al usuario por razones de confidencialidad. Algunos mediadores indican algunas pocas excepciones, también en consumo, donde algunas empresas contactan directamente con el consumidor para aclarar o para ofrecer una solución.

La mayoría de los mediadores coincide en la necesidad de establecer un número mínimo de sesiones presenciales (una con cada parte y una colectiva). Con respecto a la duración de las sesiones presenciales, el tiempo oscila entre veinte minutos y una hora y media. Las opiniones disidentes abogan por la necesidad y utilidad del encuentro de las partes tantas veces como haga falta, con el fin de acercar posturas, e insisten en flexibilizar el procedimiento. Así, debería permitirse al mediador establecer el número de sesiones y la duración necesaria según las circunstancias de cada caso (iniciales o sobrevenidas).

En este caso, las pautas del proceso de mediación cuestionan si estamos realmente ante un proceso de mediación, ya que la comunicación con la empresa se hace por cuenta del consumidor.

### 3.3.4 Evaluación de resultados

Se ha interrogado a los mediadores en relación con la evaluación del procedimiento o de los resultados de la mediación. Todos ellos responden que la evaluación se realiza de manera empírica, sobre la solución de la controversia y la percepción que tienen de la satisfacción de las partes. Se afirma que el balance es positivo (excepto en salud). Es decir, en gran parte las mediaciones se han concluido con acuerdo y el consumidor suele estar satisfecho con la solución. En algunos casos puede detectarse también una satisfacción por parte de la empresa, ya que vuelven a contactar con la organización para informarse y recibir asesoramiento con respecto a los derechos y obligaciones.

### 3.3.5 Obligaciones de las partes

Esta es la parte del proceso que tiene una menor regulación y donde se muestra una diferencia más evidente

entre la JACC y la SCE. La SCE tiene un protocolo sobre obligaciones de los mediadores pero no sobre obligaciones de los mediadores; justamente al contrario de la JACC. Ninguna de las dos entidades, sin embargo, tiene códigos deontológicos.

Los datos de la mediación privada recaudados no recogen estos aspectos, de forma que hay que deducir que no existen; ningún mediador de las diferentes entidades ha hecho referencia a ello.

En conclusión, el proceso de mediación en consumo es muy flexible: se estructura en torno a la finalidad de conseguir el acuerdo y los protocolos de actuación están poco desarrollados. Esta flexibilidad también deriva de la poca regulación que esta mediación tiene y que se mueve en la línea de los principios de actuación más que en el desarrollo preciso del procedimiento de mediar.

## 3.4 Análisis cualitativo: descripción de casos

Los casos suelen versar sobre un contrato entre consumidor y empresario en alguno de los sectores identificados. Puede tratarse de conflictos en la adquisición de un producto o en la prestación de un servicio; en este segundo caso hace falta tener en cuenta la noción de pericia del empresario o profesional ya tratada en la primera parte de este capítulo.

### 3.4.1 Tipología y casos de mediación interna

Tipos básicos de conflictos: se recogen los ámbitos generales de los conflictos de consumo, pero los casos reales pueden ser muy variados:

- No cumplimiento del contrato
- Cumplimiento defectuoso del contrato
- Casos de error o fraude: voluntad de engañar a la otra parte o falta de libertad en la decisión de contratar.
- No cumplimiento de las condiciones publicitadas: calidad de la cosa o servicio, precio promocionado...
- Entrega de una mercancía no conforme: problemas con el producto adquirido que pide el cumplimiento de la garantía por defectos.
- Control del contenido de los contratos: no vinculación del consumidor por las llamadas cláusulas abusivas que lesionan sus intereses.

- Finalizar una determinada relación contractual: rescisión de un contrato por incumplimiento o cualquier otra causa; ejercicio del derecho de desistir cuando la ley lo otorga; anulación de una deuda o una prestación por parte de la empresa reclamada.
- Indemnización por los daños causados como consecuencia del no cumplimiento o del cumplimiento defectuoso.

A continuación hemos seleccionado dos casos representativos de la mediación interna y de la transfronteriza relacionados con aquellos sectores que tienen más actividad mediadora.

### Caso de mediación con una compañía aérea

En fecha 3 de noviembre se presenta una reclamación por una pérdida de dos maletas en un viaje de vuelta de Las Palmas de Gran Canaria. Los reclamantes solicitaban el valor del contenido de las maletas. Dado que eran un matrimonio de edad avanzada, llevaban, según decían, cosas muy caras, como zapatos y plantillas hechas a medida.

En reclamaciones de este tipo debe informarse al reclamante de las cuestiones siguientes:

- La indemnización por pérdida de equipaje viene determinada por el Convenio de Montreal de 28 de mayo de 1999. Este convenio establece un máximo de 1131 DEG (derechos especiales de giro) equivalentes a 1.363,41€, pero no determina en qué casos se proporcionará el máximo ni cómo se tiene que hacer la valoración.
- Sólo puede hacerse la reclamación del valor del contenido del equipaje cuando se ha hecho previamente una declaración de su valor. Ante la pérdida de un equipaje es imprescindible rellenar, en el aeropuerto mismo, un documento que se denomina PIR (comunicación de irregularidad de equipaje). Cada pasajero tiene que rellenar su propio PIR, ya que el convenio establece que la indemnización es por pasajero y no por maleta. Este aspecto es muy importante ya que, por ejemplo, en el caso de este matrimonio, en vez de hacer cada uno su PIR (ya que eran dos maletas) sólo hicieron uno donde hicieron constar que se habían perdido dos maletas.

Una vez aportada la información a los reclamantes se inicia la mediación con la compañía.

En una primera respuesta la compañía solicita la documentación original con el fin de hacer la valoración.

El consumidor indica que para hacer la valoración es suficiente aportar la copia compulsada de la documentación, ya que, sin los justificantes, el consumidor no podrá iniciar otras vías en caso de desacuerdo.

Después de insistir en varias ocasiones la respuesta llega al cabo de cinco meses. La compañía ofrece 700,48 € como indemnización. Para realizar esta valoración han tomado como referencia el peso del equipaje. Consideran que el peso medio de una maleta facturada por la empresa es de 17 Kg. Por lo tanto, el cálculo que realizan es  $17 \text{ Kg} \times 17\text{DEG} = 350,50 \text{ €} \times 2 \text{ maletas} = 700,48 \text{ €}$ .

Una vez comentada la propuesta con los reclamantes, se acuerda presentar alegaciones mediante las cuales se solicita que la empresa considere de nuevo la cuantía ofertada teniendo en cuenta:

- La edad avanzada de los reclamantes, que hace que necesiten mayor protección así como el tiempo que han tardado en contestar.
- El pago de un recargo por exceso de equipaje, que hace suponer que el peso de las maletas era superior a lo que se ha tenido en cuenta para valorar la indemnización.

La compañía contesta afirmando que, vistas las alegaciones presentadas, han revisado el expediente y han acordado ofrecer a los reclamantes el máximo establecido por el Convenio, o sea, 1131 DEG; es decir 1.363,41 €.

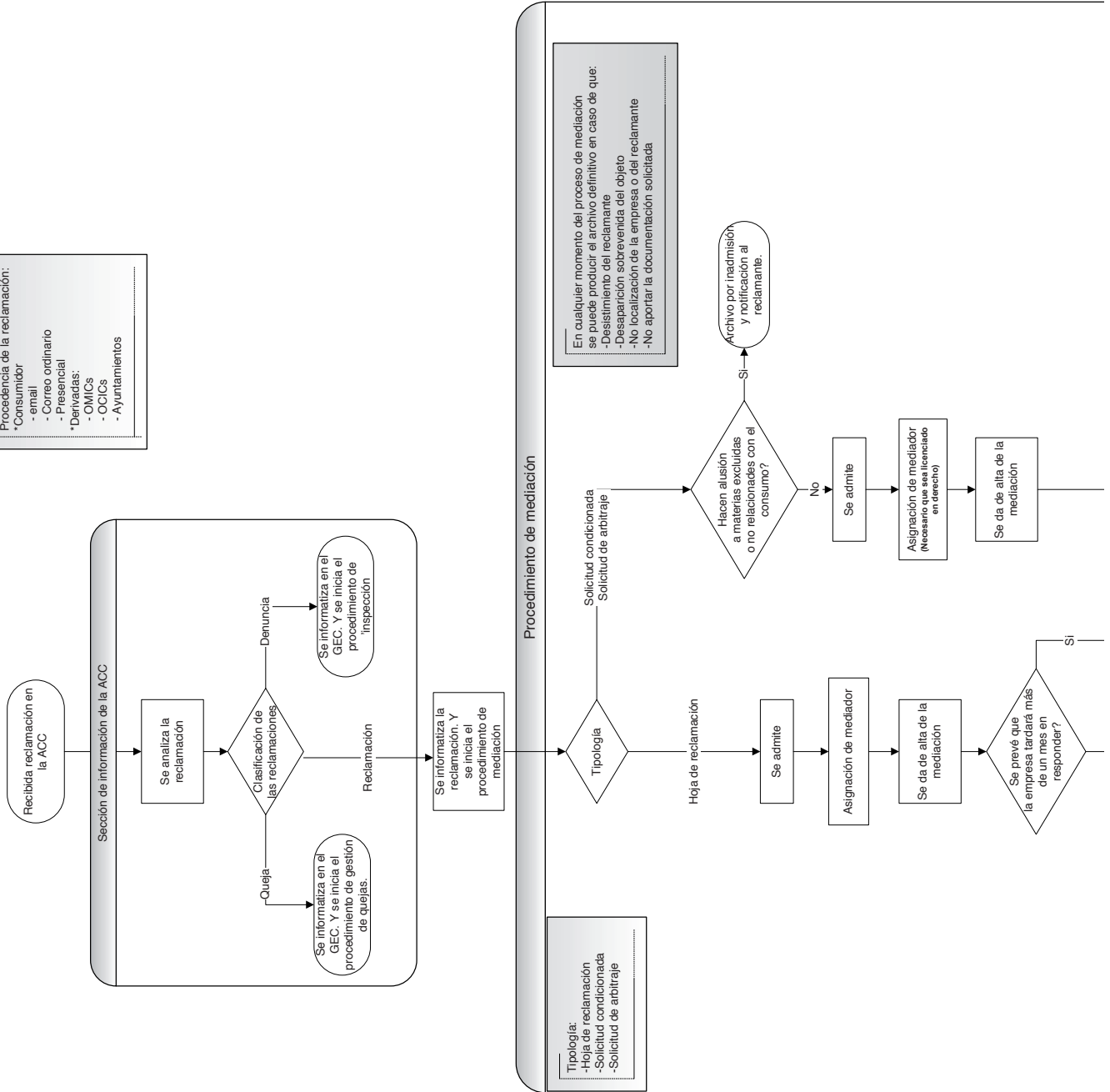
Una vez trasladada la respuesta a los reclamantes, éstos manifiestan su conformidad y se da por finalizada la mediación.

### Caso de mediación con telefonía móvil

La señora C.V. presentó una reclamación en relación con un conflicto surgido con la compañía de telefonía móvil con la cual tenía contratado el servicio, a fin de que se sometiera a mediación. En su petición solicitaba la cancelación de la deuda de 360'53 € y la supresión de sus datos personales de los ficheros de información sobre solvencia patrimonial y crédito donde pudieran estar incluídas.

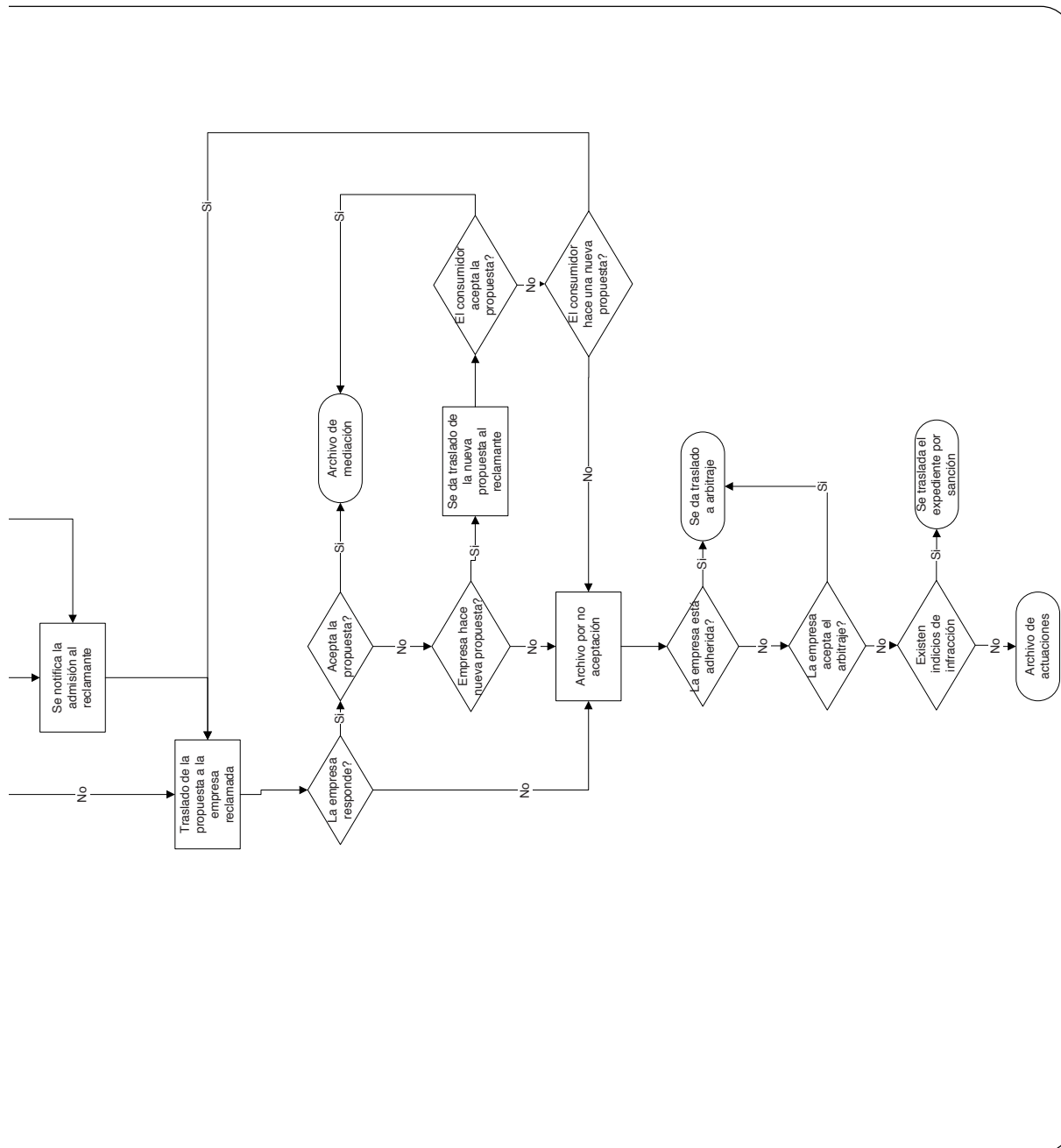
En la explicación de los hechos que originaron el conflicto planteado, la reclamante relataba que su hijo de 13 años estuvo haciendo uso del ordenador, junto con unos compañeros de escuela, en el domicilio familiar. En el transcurso de esta actividad, el menor entró en un Chat e inició una conversación, supuestamente con una chica. Esta

Procedencia de la reclamación:  
 \*Consumidor  
 - email  
 - Correo ordinario  
 - Presencial  
 \*Derivadas:  
 - OMIGs  
 - OCIGs  
 - Ayuntamientos



En cualquier momento del proceso de mediación se puede producir el archivo definitivo en caso de que:  
 -Desistimiento del reclamante  
 -Desaparición sobrevenida del objeto  
 -No localización de la empresa o del reclamante  
 -No aportar la documentación solicitada

Tipología:  
 -Hoja de reclamación  
 -Solicitud condicionada  
 -Solicitud de arbitraje



persona, a pesar de conocer la edad del menor, mediante el engaño lo convenció para que enviara una serie de mensajes de móvil a un número de tarificación adicional (que supone el pago de una retribución añadida al precio del servicio de envío de mensajes en concepto de remuneración para la prestación de algún servicio de información, comunicación, entretenimiento u otros) a fin de que, a cambio, pudiera presenciar un strip-tease, situación que nunca llegó a producirse. Al día siguiente de estos hechos la reclamante se dio cuenta de que tenía las llamadas salientes de su teléfono móvil restringidas. Llamó a su compañía telefónica y le comunicaron que tenía una deuda pendiente de 310,80 € (impuestos no incluidos) en concepto de consumo de servicios especiales.

La reclamante solicitó a la empresa de telefonía la factura desglosada, la cual sumaba un importe de 445,59 € (impuestos incluidos). La empresa exigía a la reclamante el pago íntegro de la factura, y dado que ésta sólo estaba dispuesta a realizar el abono relativo al consumo que ella reconocía haber efectuado, no pagó ninguna cantidad. A causa de este impago empezó a recibir requerimientos de pago por parte de la empresa de telefonía, le cortaron el servicio telefónico y fue incluida en ficheros de información sobre solvencia patrimonial y crédito.

Cuando la señora C.V. se dirigió a la ACC para presentar una reclamación, el servicio de información le indicó que la empresa reclamada se encontraba legitimada para reclamar el pago del importe relativo al consumo efectuado que ella reconocía como cierto. Por lo cual la reclamante abonó el importe de 85,06 € (impuestos incluidos) a la empresa de telefonía.

La reclamación se registró de entrada en el servicio de mediación y se inició el procedimiento de mediación. A causa de las especiales características de este caso, y al encontrarse implicado un menor, no se trasladó la documentación a la empresa reclamada atendiendo a la sensibilidad de los datos que contenía, y se hizo un breve resumen de los hechos y de la propuesta de mediación de la reclamante.

La empresa reclamada respondió a la propuesta de la reclamante mostrándose de acuerdo y procedió a anular el importe asociado a los SMS Premium (360,53 €, impuestos incluidos) puesto que verificó que la señora C.V. había abonado la parte correspondiente al consumo ordinario (85,06 €). Asimismo reactivó el servicio de telefonía y corroboró que los datos personales de la reclamante ya no figuraban en ningún fichero sobre información patrimonial.

Una vez concluida la mediación se remitió el contenido de la reclamación, previa autorización de la reclamante y madre del menor, al organismo correspondiente a fin de que orientara la reclamante sobre las acciones que

podía llevar a cabo para denunciar la presunta infracción penal cometido por la persona que entró en contacto con el menor a través del Chat.

### 3.4.2 Tipología y casos de mediación transfronteriza

El sector más reclamado es el del transporte aéreo de pasajeros, que durante los últimos años ha tenido un incremento significativo del número de reclamaciones, aspecto directamente relacionado con la transformación del mismo sector. La tipología de conflicto más habitual es el cambio de las condiciones del vuelo contratado (cancelación, retraso, incumplimiento del Reglamento (CE) 261/2004, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de febrero de 2004...), incidencias con el equipaje (pérdida, deterioro, retraso en la entrega) y denegación de embarque por causas diferentes del *overbooking*. El incremento del volumen de contratación provocado por el descenso de los precios y el aumento de la competencia, el tipo de contratación así como el resto de factores que inciden en este sector, son los elementos que hacen que sea uno de los más reclamados.

En segundo lugar, se encuentra el sector de servicios, que comprende sectores como correos y mensajería, mudanzas, espectáculos artísticos, musicales y deportivos, contratación con empresas de relaciones personales, y de suministro de ocio.

En tercer lugar, el sector automovilístico, que comprende reclamaciones relativas a la compraventa y alquiler de vehículos.

En cuarto lugar, el comercio electrónico: los conflictos se originan en relación con los aspectos comunes de estas transacciones comerciales, como la entrega de productos en las condiciones y plazos pactados, la conformidad de éstos, la seguridad de las compras, etc.

En quinto lugar, los servicios de hostelería y restauración: las reclamaciones normalmente son relativas a la calidad, características y condiciones de los alojamientos turísticos y de restauración.

#### Consumidor residente en Cataluña - empresa con sede en Francia, caso de ventas por Internet

Compra de una cámara de segunda mano y de sus accesorios a través del portal de Internet de una empresa francesa. El consumidor recibe la cámara pero no los



accesorios. Finalmente decide ejercer su derecho de desistimiento aplicable en las ventas a distancia, pero el vendedor sólo le reembolsa el importe de la cámara. El consumidor reclama los gastos de envío alegando que la empresa ha incumplido el contrato puesto que no ha enviado el producto y los accesorios tal como se anunciaba en la publicidad. Finalmente, la empresa acepta devolver los gastos de envío reclamados por el consumidor.

### Consumidor residente en Austria - empresa con sede en Cataluña, caso de reparación de vehículos

Durante su visita a Cataluña, un consumidor llevó su vehículo a un taller de reparación y lo dejó aparcado en la calle siguiendo las indicaciones del mecánico. Al día siguiente la grúa municipal se había llevado el vehículo y el consumidor lo tuvo que ir a recoger personalmente así como pagar la multa correspondiente. La factura inicial se había incrementado en 250 €. Con la intervención de la SCE, el taller proporcionó información adicional sobre los conceptos facturados y se reconoció que el taller se hacía responsable de la multa por estacionamiento.

## 4 Prospectiva y valoración

### 4.1 Prospectiva y valoración: posible evolución de los conflictos

La primera reflexión al respecto de una posible evolución de los conflictos es que, dadas las cifras, se observa un **crecimiento exponencial de los conflictos**. La tendencia a que aumenten las reclamaciones se observa claramente en los datos históricos de la ACC (ACC, 2009: 11). A pesar de esta tendencia general hay que afirmar también un **crecimiento vinculado a conflictos en concreto** que son capaces de generar un aumento notable de las reclamaciones y que hay que calificar como actores externos al sistema. Así, en su momento, el cierre de academias de inglés antes de acabar el compromiso de docencia con sus alumnos –y, especialmente, el hecho de que la mayoría de cursos se habían pagado con créditos que los bancos reclamaban a pesar del cierre de las academias– hizo aumentar el volumen de mediaciones. En la actualidad, y a título de ejemplo, la erupción del volcán islandés Eyjafjalla se traducirá con

total seguridad en un incremento de las reclamaciones en el sector aéreo.

Con respecto a la mediación interna, los sectores más mediados son los que hacen alusión a la telefonía y a los suministros básicos (agua, luz y gas). Concretamente, las compañías más reclamadas han sido, y en este orden, Orange, Telefónica y Endesa. Los mediadores entrevistados prevén que las reclamaciones en estos mismos sectores se potenciarán y aumentarán las reclamaciones relacionadas con la TDT dentro del sector de la telecomunicación. Las reclamaciones en estos sectores se potenciarán en un futuro a causa de su **uso masivo y a la liberalización de los servicios básicos como el suministro energético**. Asimismo, afirman que se unirán a este incremento conflictos en el alquiler y reforma de viviendas, así como en los servicios financieros. En salud, los sectores más mediados son cirugía estética y seguros privados de salud, y se prevé que se mantenga la progresión.

Se añaden como **sectores emergentes las ventas directas**: por ejemplo, las ventas que se realizan en el transcurso de una excursión<sup>26</sup>, ya que la población en Cataluña tiende a envejecer y este producto se dirige especialmente a la gente mayor. También aumentarán las mediaciones relacionadas con **alquileres y rehabilitaciones de viviendas** porque las compraventas en el sector inmobiliario tienden a la baja como consecuencia de la crisis económica.

Por lo que respecta a la mediación transfronteriza, el sector más mediado, con diferencia, es el referente al transporte aéreo. Hasta ahora, sin embargo, la mayoría de reclamaciones estaban relacionadas con los perjuicios sufridos por los pasajeros por el cambio de condiciones del vuelo contratado, incidencias con el equipaje y denegación de embarque por causas diferentes del *overbooking*. Actualmente, los mediadores evidencian una tendencia a un incremento de las **reclamaciones de los viajeros fundamentadas por el trato recibido por el personal de servicios de tierra** o handling de las compañías aéreas, así como por la **desinformación al pasajero** respecto de las causas –mayoritariamente técnicas– que motivan los retrasos y anulaciones en los vuelos afectados. Como novedad, con respecto a la tipología de las reclamaciones, hay que destacar las motivadas por el cobro de **suplementos tarifarios** vinculados a la facturación del equipaje y al pago de la reserva de billete mediante tarjeta de crédito o débito.

Por otra parte, los técnicos de la SCE aventuran que se acentuarán en los próximos años las reclamaciones en materia de **comercio electrónico**. Afirman que el hecho de que aumente el número de usuarios de Internet se

traduce en un incremento de la contratación electrónica (reserva de entradas, contratación de viajes, cursos, compra de bienes...) y, consiguientemente, en un ascenso de los conflictos originados en relación con los aspectos comunes de estas transacciones comerciales: entregas de los productos en las condiciones y plazos pactados, la conformidad de éstos, la seguridad de las compras, etc.

Además, se dan dos factores externos que pueden incidir en la evolución de los conflictos:

En primer lugar, es evidente que la **crisis económica** afecta de manera directa las relaciones de consumo. Los operadores entrevistados intuyen que, a raíz de la crisis, las pequeñas y medianas empresas tenderán a aceptar más mediaciones y a facilitar acuerdos negociadores. Esta afirmación no nos sorprende si tenemos presente que entre sus prioridades se encuentra la de conservar a los clientes. Por otra parte, los consumidores tenderán a reclamar más, ya que cualquier pérdida económica les supondrá un mayor esfuerzo. La duda que se plantea en este contexto es si eso hará que acepten acuerdos de mediación por la rapidez de la solución, o si todavía hará que sean más reticentes a rebajar sus expectativas, aspecto que, como ya hemos indicado, se ve como un problema para la mayoría de los mediadores.

En segundo lugar, puede apuntarse todavía otra posible línea de aumento de los conflictos y de las mediaciones, por el hecho de que los mediadores han tendido a destacar que un sector emergente en los mediados es el **colectivo de personas extranjeras residentes en Cataluña**, que cada vez disponen de más información sobre las vías para solucionar su problema con un empresario y que cada vez las utilizan más. De hecho, los usuarios de la mediación en consumo tienden a repetir cuando tienen otro problema si el sistema les ha convencido.

Por otra parte, parece que habrá un auge de los conflictos transfronterizos, incluso con países de fuera de la UE, que no podrán ser acogidos por el sistema actual de mediación transfronteriza tal y como está diseñado<sup>27</sup>. Además, estos conflictos traerán importantes problemas de delimitación competencial.

## 4.2 Prospectiva y valoración: adecuación de la mediación

### 4.2.1 Adecuación del marco normativo

La regulación actual de la mediación en consumo en Cataluña **no es clara ni completa**. Son dos cuestiones diferentes que pueden tener también una respuesta diferen-

te. La primera suele crear dificultades en el sentido que se suele excluir la mediación en consumo de la regulación de la mediación civil, aunque, tal y como se ha visto en el análisis de los datos cualitativos, los operadores destacan alguna diferencia concreta -especialmente de procedimiento. Cuestión diferente es si la mediación en consumo pide un marco normativo completo y cerrado, especialmente teniendo en cuenta las consideraciones que se harán en torno a la aformalidad (4.2.5).

Con respecto al marco legal, parece evidente la necesidad de clarificarlo a diferentes niveles:

- En el ámbito europeo, la Directiva 2008/52/CE indica en el considerando décimo que excluye los "sistemas de reclamación de consumo"; es decir, cualquier mecanismo de resolución de conflictos por razón de su alcance material: reclamaciones en el ámbito del consumo. Pero de aquí no podemos deducir que la mediación en consumo no es mediación, sino que tiene un marco normativo propio: la **Recomendación 2001/310**, que actúa como **ley especial y anterior**. Esta situación seguramente no es la ideal: la **identidad de principios** que reiteradamente se ha puesto de manifiesto en el apartado 3, junto con el **carácter general y básico que tiene la Directiva**, aconseja su aplicación a la mediación en consumo, así como la revisión de la Recomendación de 2001 a efectos de determinar las posibles especificaciones propias de la mediación en consumo que constan en este texto.
- En el ámbito propio de la regulación catalana la cuestión es similar. En efecto, por un lado la LMP abarca cualquier conflicto en materia de derecho civil (art. 2.2), sin que se haga mención expresa al hecho de si los conflictos de consumo pueden llegar a ser aspectos de derecho civil. Esta cuestión, de alcance doctrinal profundo, escapa del presente estudio. No obstante, de la lectura del texto puede llegarse a dos conclusiones: por una parte, que éste es el marco normativo de la mediación en derecho privado, y, por lo tanto, sus ideas básicas y los principios que desarrolla pueden ser aplicables a cualquier tipo de mediación. Por otra parte, y sin que eso implique contradicción, la mediación en consumo tiene unos caracteres específicos que hay que mantener y que puede condicionar la aplicación de la LMP. Por eso, la Exposición de Motivos de la LMP (párrafos 7 y 12) indica que la LMP respeta otras iniciativas de mediación llevadas a cabo por la Administración pública como es el caso de la mediación de consumo en la ACC.

Por su parte, **el Código de consumo de Cataluña reconoce y regula**, sólo en línea de principio, **la mediación de consumo** como método específico de resolución de conflictos en los art. 132-1 a 132-3. Se sigue con el sistema de ley especial, que recoge las especificidades de esta mediación pero las remite a un futuro desarrollo reglamentario. En conclusión: la aplicación de la LMP a la mediación en consumo vendrá condicionada por aquellos aspectos que se lo permitan, así sobre todo en el ámbito de sus principios de actuación; en cambio, en otros aspectos que no participen de la misma lógica, como es el caso del proceso, no le sería de aplicación.

#### 4.2.2 La percepción de la “no neutralidad” favorable para los consumidores y desfavorable para la empresa

Las consecuencias del marco teórico diseñado, es decir, la existencia clara de un desequilibrio entre las partes, se ha visto reflejada en el análisis de la neutralidad como esencia de la mediación. Curiosamente, la neutralidad no se menciona ni en la Recomendación de 2001, ni en el Código de Consumo, ni en el RD 231/2008, pero, como hemos visto tanto en las entrevistas como en los grupos focales, es básica en la actuación de los mediadores. No obstante, la percepción de los mediados sobre este aspecto aparece sesgada, en el caso de los consumidores, en sentido favorable; en el caso de los empresarios, en sentido desfavorable.

El problema práctico sobre la percepción de la neutralidad de las instituciones mediadoras se puso a debate en la jornada titulada “La mediación en consumo: estado de la cuestión”, organizada para presentar los resultados preliminares de este capítulo del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña<sup>28</sup>. De hecho, en la práctica, la percepción de la neutralidad por parte de los mediados distorsiona o complica la mediación pues el mediador tiene que condicionar sus actividades y añadir esfuerzos para suplir estas distorsiones en la comprensión de los servicios de mediación. Además, la percepción es diferente en cuanto a la posible no neutralidad en relación con el consumidor o el empresario, pero conduce a un resultado práctico similar: larga duración de la mediación y disminución de las posibilidades de acuerdo.

El consumidor, al inicio del proceso de mediación, **tiene una percepción de una no neutralidad favorable** tanto de los servicios de mediación institucional, como servicio público, como de las asociaciones de consumidores de las cuales suelen ser socios. Esta percepción de no neutralidad favorable está ligada a la cuestión de las ex-

pectativas altas, ya que piensan que obtendrán aquello que solicitan en la reclamación. Este hecho provoca que, a menudo, no estén poco, o nada, dispuestos a ceder en su petición.

En la contraparte se ubica el empresario que a menudo se presenta ante la Administración con una gran desconfianza. Acostumbra a pensar que los mediadores no son totalmente neutrales o que tiene que colaborar para solucionar el conflicto con el fin de evitar el poder sancionador y coactivo que puede utilizar toda Administración Pública. La misma percepción lo acompaña cuando la mediación es llevada a cabo por una asociación de consumidores, ya que tiende a pensar que la asociación es el representante del consumidor. Así, podemos decir que, **en el caso del empresario**, se percibe **una no neutralidad desfavorable** que no se traduce en expectativas altas que dificultan el acuerdo, como en el caso de los consumidores, sino en una desconfianza hacia el propio mecanismo de mediación que dificulta la voluntad de participar activamente en el proceso. De hecho, como ya hemos puesto de manifiesto, la dificultad que la empresa responda a la solicitud de mediación repercute directamente en una excesiva duración del procedimiento.

La cuestión estriba en entender que, aunque la mediación esté organizada por una entidad pública o privada cuya finalidad es la defensa de los consumidores, la mediación en concreto puede ser llevada a cabo por un mediador neutral. Así, **la tarea de mera facilitación del mediador que lleva a cabo el proceso es la garantía de que la mediación**, con independencia de quien la organice, es, efectivamente, conducida por un mediador neutral que deja que las partes lleguen a un acuerdo, favoreciéndolo.

Como solución general, es evidente que **la mejor manera de evitar que se produzca esta falsa representación del sistema es ofrecer a los ciudadanos más información** sobre el proceso de mediación en consumo, aspecto por el cual tienen que velar aquellas entidades conectadas con el mundo del consumo, ya sean institucionales o privadas.

#### 4.2.3 Información previa al consumidor: el principio de transparencia

La información previa al consumidor es un aspecto que recoge la Recomendación 2001/310/CE, como elemento esencial del proceso de mediación, a fin de que el consumidor, en razón del desequilibrio inherente en las relaciones de consumo, pueda saber cuál es el marco legal de su reclamación. Esta previsión legal es consecuencia

del hecho de que los derechos de los consumidores son irrenunciables (art. 10 TRLGCU), de forma que la validez de un acuerdo de mediación tiene que pasar por este elemento y también afecta a la posible ejecución de un acuerdo.

La Recomendación de 2001 plantea la transparencia en dos vertientes: en primer lugar, con respecto a la información previa que se debe facilitar a las partes sobre el procedimiento de mediación y el marco aplicable al inicio de ésta; en segundo lugar, en cuanto a la información dirigida al público en general sobre la actividad de mediación llevada a cabo<sup>29</sup>. Ambos aspectos forman parte del principio de transparencia.

Hemos detectado tres modelos actuales para suministrar esta información:

- Con respecto a la Sección de Consumo Europeo, antes de iniciar el proceso de mediación los mediadores informan sobre el mismo procedimiento de mediación y, en función del caso, informan sobre cuáles son los derechos del consumidor a fin de que sea consciente de cuáles pueden ser sus expectativas en relación con la posible resolución del conflicto.
- En cambio, los mediadores de la ACC no acostumbran a ofrecer este tipo de información previa, ya que lo ofrece el Servicio de Información de la Agencia mediante su **página web**, que contiene una sección denominada **Temas de consumo**<sup>30</sup>, donde se encuentra la explicación general sobre el marco normativo de los tipos habituales de conflictos.
- Con respecto a las asociaciones de consumidores, parte de los mediadores afirman que siempre informan sobre los derechos y obligaciones de las partes, como paso previo, ya que es una de las funciones de las organizaciones de consumidores. Además, analizan los hechos presentados por el reclamante y le informan sobre el fundamento de su reclamación.

En relación con la información previa que se tiene que suministrar a las partes, hay que tener en cuenta quién la proporciona con el fin de salvaguardar la neutralidad del mediador. En este sentido, parece claro que **la persona que informa de los derechos a las partes no es la misma que después media**<sup>31</sup>. Por lo tanto, tenemos que considerar que **el principio de transparencia se cumple antes de entrar propiamente en el proceso de mediación**. La misma idea se desprende de la práctica de la ACC, donde es otra sección administrativa la que

prepara y proporciona la información vía página web. Además, un procedimiento eficaz de suministro de información con anterioridad a la mediación, se traduciría en un acortamiento del proceso.

Por el desequilibrio inherente a las relaciones de consumo, se suele entender que el consumidor tiene necesidad de conocer el marco legal, mientras que se presupone que el empresario ya tiene esta información o tiene recursos suficientes para ir a buscarla: servicios jurídicos internos, abogados etc. A pesar de esto, y como aspecto sorprendente, hay que indicar que en los grupos focales algunos expertos han mencionado que, en la práctica, a menudo se encuentran con la necesidad de indicar el marco legal aplicable a la empresa, especialmente por lo que respecta a pequeños y medios empresarios que pueden desconocer el funcionamiento exacto del marco de consumo. Eso quiere decir que **no debemos partir de la base que la función de reequilibrio se hace siempre a favor del consumidor mediante la información de los derechos**. De hecho, esta cuestión está directamente relacionada con los límites legales impuestos al concepto de consumidor, cuando puede haber casos en que el desequilibrio propio de este tipo de relaciones esté mucho más mitigado.

Otro aspecto básico es **la información sobre el mismo proceso de mediación**. La mayoría de los mediadores privados afirman que informan sobre los principios de la mediación y el proceso. Por una parte, los mediadores de la ACC destacan como principal problema la falta o la incorrecta información que tienen las partes sobre el proceso de mediación. La falta de información se convierte en un problema porque obliga al mediador a tener en cuenta las posiciones iniciales en que pueden encontrarse las partes. De hecho, la incorrecta noción de aquello que puede esperarse de una mediación repercute en la neutralidad.

La conclusión parece ser que habrá que arbitrar mecanismos para que el cumplimiento del principio de transparencia sea efectivo.

#### 4.2.4 Incentivación de la mediación entre los empresarios

Aflora una tercera consecuencia del desequilibrio entre las partes, en este caso, sin embargo, tomando como punto de partida las percepciones del empresario. En efecto, hemos identificado como temas importantes:

- explorar la bidireccionalidad
- incentivar la empresa para ir a arbitraje.

Con respecto a la bidireccionalidad, como es sabido, la regulación actual de los procesos de resoluciones alternativas de conflictos impide que la empresa o profesional tenga legitimación para iniciar el procedimiento. En esta línea podría ser beneficioso otorgar legitimación activa también a la empresa. La cuestión adquiere matices distintos si nos referimos a la mediación dentro del sistema arbitral de consumo, o bien fuera. En este último caso, la bidireccionalidad sólo pide que los servicios de mediación admitan este tipo de solicitudes. De hecho, dada la tipología de conflictos, si las empresas reclaman por una cantidad que creen tener derecho a cobrar, se da la oportunidad al consumidor de explicar las razones de su oposición al pago o denunciar el incumplimiento del servicio contratado.

La cuestión es más complicada en el caso de la mediación dentro del sistema arbitral, ya que esta propuesta comporta la necesidad de un cambio legislativo, aunque no por ello puede descartarse. La utilidad de un cambio de postura encuentra su justificación más clara en el caso de la mediación transfronteriza, ya que es una forma de permitir aflorar el conflicto y poner en marcha los mecanismos de colaboración de los diferentes Estados miembros.

Por lo que se refiere a los **incentivos a la empresa**, su necesidad viene motivada por el hecho de que en las entrevistas también se consideró como problema a paliar la excesiva duración de la mediación, que, en algún caso, puede estar provocada por conductas excesivamente pasivas de la empresa. El art. 133-4 del Código de consumo prevé una serie de acciones para impulsar la adhesión al arbitraje entre las empresas públicas y aquellas empresas privadas que obtengan contratos con la Administración. Esta vía favorece indirectamente la mediación como fase previa, pero como es un proceso voluntario, la esencia radica en que las partes encuentren en el sistema la posibilidad de solucionar sus conflictos. En este sentido, en el caso de la empresa hay que tener en cuenta la **competitividad y la imagen de marca de calidad**.

#### 4.2.5 Especificidades en el proceso de mediación

##### Proceso flexible

La **aformalidad** parece ser la regla de los procesos de consumo que siguen protocolos de actuación basados en el impulso del proceso más que en la misma actividad de mediar, la cual se desarrolla de forma bastante

libre a criterio del mediador que interviene. De hecho, por la diferente tipología de los conflictos y las materias sobre las cuales versan, sería muy difícil pautar una actuación muy detallada que fuera efectiva en todos los casos. El Código de consumo de Cataluña no prevé ninguna disposición en este sentido.

Esta misma reflexión se produjo en el marco de la Comisión Técnica de la Federación de Municipios de Cataluña que se reunió para hacer aportaciones técnicas al proyecto de Código de consumo<sup>32</sup>. En él se destacaba que:

*“el proceso de mediación que se propone, de cariz riguroso y formalista, si se aplica a todas las reclamaciones, comportará muchas comparecencias para acordar la resolución del conflicto y para firmar los compromisos, y comportaría el colapso de los servicios públicos de información y atención a las personas consumidoras. Otro elemento a tener en cuenta es la exigencia de personal con calificaciones especiales. En definitiva, el procedimiento de gestión y resoluciones de las reclamaciones se encarecerá mucho y algunas oficinas tendrán problemas para mantener el actual nivel de atención, si no se prevé algún tipo de financiación específica para cumplir con todas las funciones previstas en el Código. Consiguientemente, el presente capítulo tendría que contemplar dos niveles de mediación: actuaciones mediadoras más flexibles y mediación formal con un procedimiento bien regulado.”*

Por lo tanto, parece indicarse que hay procesos de premediación, o gestiones mediadoras, que necesitan un ámbito de actuación más flexible. En este sentido, no hay un acta de inicio de la mediación –como prevé el art. 14 LMP– ya que se presenta un problema de identificar este momento: los organismos de consumo actúan desde el inicio de la reclamación formulada por el consumidor y desde este momento se dan las “gestiones mediadoras”, incluso antes del momento que el empresario acepte la mediación. La documentación sobre estos diferentes momentos queda registrada de forma separada.

La redacción de un acta final de mediación puede ser demasiado formal en procesos de poca entidad económica. En estos supuestos el acuerdo se busca *intuitu personae* y muy vinculado a las circunstancias del caso que pueden predisponer mejor el empresario a buscar soluciones diferentes en función de cada proceso de mediación, sin estar vinculado por una solución anterior en un caso similar. En este ámbito la Federación de Municipios de Cataluña indica un proceso:

*““consistente en un cruce de documentos de oferta de acuerdos y de aceptación de los mismos, ya*

*sea esta aceptación expresa o tácita, que permita resolver con agilidad la mayoría de expedientes de escaso importe”.*

Esta idea se corresponde con la práctica registrada en los protocolos de la ACC, donde el proceso acaba con una diligencia de archivo por acuerdo, sin que este acuerdo tenga que constar, necesariamente, por escrito. En este sentido, el Código de consumo prevé que el acuerdo conste por escrito a petición de las partes (art. 132-3).

Podemos observar, que dentro del sistema arbitral de consumo, el cual incluye fases sucesivas de mediación y arbitraje, se observa una clara diferencia entre los dos procedimientos. El arbitraje tiene un proceso mucho más formal y dominado por los plazos, cómo corresponde a una actuación heterocompositiva.

### Duración de la mediación

No hay ningún protocolo o disposición legal sobre el número y la duración de las sesiones o bien sobre la duración total del procedimiento; la excesiva duración de la mediación en algunos casos es destacado por todos los actores como un problema importante. En este sentido, sería posible actuar sobre tres elementos no excluyentes: recordar la posibilidad de que el mediador ponga fin al proceso cuando observe que no es posible el acuerdo; establecer un máximo de intercambio de propuestas, ya que a veces es la misma parte reclamante la que quiere alargar el proceso aunque el mediador le indique que no prosperará, y establecer un límite legal, como el de dos meses de la LMP, que se alargaría a seis meses en el caso de la mediación transfronteriza.

### El alcance de la confidencialidad

La Recomendación 2001/310/CE, dentro del apartado de la equidad, establece que las partes pueden presentar sus argumentos, información o pruebas favorables de forma confidencial, a menos que cada una de las partes haya acordado que se faciliten estos datos a la parte contraria. Parecería, pues, **que hace falta una doble conformidad (bilateralidad) para que ambas se puedan trasladar recíprocamente la información en el proceso mediador**. Por su parte, el Código de consumo prevé la confidencialidad como principio informador impuesto a las partes e imposibilita que el mediador actúe en un proceso posterior entre las mismas partes como perito o testigo (art. 132-2)<sup>33</sup>. La confidencialidad de los documentos generados por la mediación sólo cae cuando el

mediador cree que hay indicios de delito perseguible de oficio (art. 132-3).

No obstante, la realidad práctica de la mediación en consumo implica otros problemas:

- En el ámbito del consumo, teniendo en cuenta que la mediación se hace en sede administrativa, desarrollando el artículo 51 de la Constitución con el fin de “proteger con procedimientos eficaces”, habría que prever una **excepción al principio de confidencialidad del mediador derivado de la necesidad de proteger a las personas consumidoras** cuando, a partir de una reclamación que abre un proceso mediador, se conoce la comisión de una infracción administrativa. *A sensu contrario*, nos podríamos encontrar con que el proceso mediador imposibilitaría la función de control de la Administración de perseguir actuaciones fraudulentas o contrarias al derecho imperativo que rige en el ámbito de las relaciones de consumo.
- **La documentación con que se acompaña la solicitud de mediación tiene que adjuntarse de nuevo al expediente en sede de arbitraje**. Si no hay acuerdo, en cualquier caso: en la mediación dentro del sistema arbitral, porque la posibilidad de un arbitraje, si no hay acuerdo de mediación, ya ha sido asumida por el consumidor al iniciar la solicitud, y por la empresa, en el supuesto de que esté adherida al sistema arbitral. En el caso de mediación fuera del sistema arbitral, porque, cómo ha sido indicado por los mediadores, si no hay acuerdo y el consumidor quiere acudir a arbitraje, parece evidente que la documentación que sustenta su pretensión tiene que ser unida a la solicitud. Por lo tanto, esta idea representa un límite a la confidencialidad presentada en el ámbito legal.

### 4.2.6 Mediación y ODR

#### Características de las mediaciones en consumo y utilización de sistemas de ODR

En la medida en que el ciberespacio crece en usuarios y se diversifica la utilización, interacciones y actividades, resulta inevitable plantear a los mediadores la viabilidad de implantar mediaciones “en línea” que permitan aprovechar las posibilidades que esta vía de comunicación pone a nuestro alcance<sup>34</sup>. La posibilidad de usar herramientas de comunicación a distancia parece fuera de duda en la mediación en consumo por algunos de los rasgos definidos durante el análisis de los datos:

- Patrones de reclamaciones estándar en las grandes compañías que generan gran número de conflictos de características muy similares que llegan a la actuación práctica como mediaciones colectivas. Recordamos, además que los sectores más mediados (68%): telefonía, compañías aéreas y suministros, cumplen este perfil.
- Patrones de reclamaciones estándar según tipología de conflicto generadas por malas prácticas de la empresa, desinformación del consumidor y otros.
- Eficiencia del sistema: el escaso importe de muchas de las reclamaciones que justificarían rebajar los costes del proceso.
- Puede ser un elemento básico en la rebaja de la duración de los procedimientos, si se arbitran las soluciones técnicas adecuadas.
- Si se opta por un mecanismo asincrónico, permite que las partes tengan más tiempo para reflexionar.

El reto que se presenta es adaptar la tecnología al procedimiento de mediación sin modificar la esencia. En esta línea, se ha insistido en que las características intrínsecas de la mediación tienen que ser las mismas cara a cara y en línea. Por lo tanto, para implantar los sistemas de ODR resultará necesario definir parámetros de calidad para evitar que el proceso se vea perjudicado por malas prácticas. En concreto, se tienen que salvar dos peligros:

- Dotar el sistema de los mecanismos adecuados con el fin de garantizar los principios aplicables al procedimiento.
- Mantener la calidez del factor humano.

En cualquier caso, parece el marco idóneo para la tipología estándar de reclamaciones y la poca importancia conferida a la presencialidad.

También hay que tener presente que el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, prevé la instauración de un arbitraje electrónico de consumo donde tendrá que desarrollarse una fase previa de mediación. Su implementación efectiva permitirá estudiar las cuestiones planteadas.

#### 4.2.7 Formación de los mediadores

Parece evidente la necesidad de determinar una formación homogénea para los mediadores en consumo, que parece que es indisoluble de una mínima forma-

ción jurídica. Esta formación jurídica, en cambio, no está vinculada a la formación de base, aunque la práctica demuestra que la mayoría de mediadores provienen del campo de las ciencias sociales. También se observa la necesidad de crear parámetros homologables para la formación en la actividad mediadora, donde hay una gran disparidad en el grado de formación y que no es requisito para ejercer como mediador.

La necesidad de buscar criterios homogéneos de formación viene, además, determinada por la regulación del Código de consumo, que define al mediador como “experto” (art. 131-2). Lo que no afirma es si la pericia tiene que recaer en la actividad de mediar, en consumo, o en las dos dimensiones al mismo tiempo; ni tampoco en qué grado. Por este motivo parece claro que habrá que definir las habilidades básicas que lleven a esta pericia y también parece evidente que hace falta una formación tanto en consumo como en la actividad de mediar. También habrá que posicionarse sobre la importancia de la experiencia acumulada y el peso que ésta tenga que tener en la formación de los mediadores<sup>35</sup>.

## 5 Conclusiones y recomendaciones

### 5.1 Rasgos de la institución de la mediación en consumo

#### 5.1.1 Mediación, gestiones mediadoras, uso de técnicas mediadoras e intermediación

Los operadores del ámbito de la mediación han afirmado la necesidad de que el proceso de mediación sea flexible, considerando que esta característica o principio aplicable a la mediación civil también es aplicable en la mediación de consumo. En la misma línea, los diferentes operadores han constatado que no siempre se recoge el resultado de la mediación por escrito y en un acuerdo formal. En el ámbito de la mediación institucional, el final de la mediación, tal como consta en los datos sobre resultados de la mediación, se articula como una diligencia en el expediente que indica que éste se ha archivado por acuerdo según aquello convenido por las partes. Eso quiere decir que sólo en casos excepcionales se recoge el acuerdo por escrito en lo que sería el docu-

mento equivalente al acta final de mediación que prevén los artículos 17 y 18 LMP.

No parece necesaria la redacción de un acta inicial y final de mediación como tal; es suficiente una diligencia en el expediente que indique el inicio y el final del proceso de mediación y, en este último caso, si se ha llegado a un acuerdo. Lo que parece imprescindible, de cara a evitar futuros problemas, es reflejar el acuerdo al cual han llegado las partes.

Además, existen dos procesos que deberían distinguirse de la mediación propiamente dicha:

Las **gestiones mediadoras**: Algunos entes de mediación nos han indicado que no siempre que interviene la entidad mediadora se está ante un proceso de mediación formal, sino que existe un primer nivel de intervención de estos entes que engloba aquellas gestiones realizadas para poner a las partes en contacto o para canalizar la reclamación del consumidor. Este trámite, en mediación comunitaria, se denomina *facilitación* y se concreta en la proposición de vías para facilitar la resolución del conflicto. Esta diferenciación también parece útil en el contexto de la mediación en consumo.

Así pues, las gestiones mediadoras serían aquellas gestiones dirigidas a facilitar la comunicación entre las partes, como primer paso de la gestión de una reclamación del consumidor que posiblemente puede ser gestionado por personal que no tenga formación de mediador. La admisibilidad de este procedimiento viene, sin embargo, condicionada por el hecho que cuando esta gestión entre verdaderamente en el ámbito de la mediación, es decir, cuando se detecte que hay que utilizar técnicas mediadoras para intentar llegar a un acuerdo, un mediador se tendrá que hacer cargo de las gestiones. En este sentido, el inicio de la mediación debería documentarse por medio de una diligencia *ad hoc*.

**Uso de técnicas de mediación en procesos de conciliación**: Este concepto indica las tareas que realizan las asociaciones de consumidores. Este aspecto surgió en la jornada “La mediación en consumo: estado de la cuestión”, organizada para presentar los resultados preliminares del Libro Blanco, donde fueron invitadas las asociaciones de consumidores más representativas. Así, se destacó que es evidente que cuando un consumidor plantea un problema a una organización de consumidores, ésta actúa en representación de su aso-

ciado y en defensa de sus intereses, de forma que la neutralidad se pierde, en buena parte<sup>36</sup>.

Lo que sí parece cierto es que las organizaciones de consumidores **utilizan el procedimiento y las técnicas de mediación** para resolver las controversias que les presentan los consumidores. Al trasladar la reclamación a la empresa, las asociaciones dejan claro, desde el inicio, su voluntad de llegar a un acuerdo sobre el conflicto, con el fin de evitar los procedimientos judiciales, y que éste sea el máximo de satisfactorio para ambas partes. A partir de este escrito y de la respuesta de la empresa sí que puede decirse que se intenta alcanzar un acuerdo, pero la asociación actúa de acuerdo con los intereses del consumidor, que es su asociado. Los acuerdos a los cuales llegan, seguramente pueden ser calificados de conciliación, pero, después de analizar cómo se desarrollan en la práctica y cuáles son los problemas con que se encuentran, parece claro que para alcanzarlos se utilizan técnicas de mediación homologables a las de la mediación institucional, ya que la persona que intenta que consumidor y empresa se pongan de acuerdo actúa como un tercero neutral y utiliza técnicas mediadoras con el fin de llegar a un acercamiento entre las partes.

#### **La intermediación en los productos financieros:**

En el estudio de los resultados de la mediación por sectores se destacó la existencia de reclamaciones en el ámbito de los servicios financieros que generaban un circuito de acciones, ya que el mediador, al intentar la intervención de la empresa en la mediación, se encontraba limitado por la existencia de servicios de atención al cliente, defensores de los clientes de las entidades de crédito o aseguradoras o bien comisionados. A pesar de eso, la ACC llevó a cabo una serie de mediaciones con acuerdo en estos ámbitos.

En este caso, sin embargo, los mediadores no actúan tanto como facilitadores sino como intermediadores del conflicto; se acomodan a los diversos medios de reclamación que en cada caso estén habilitados y ayudan al consumidor en este proceso. Por lo tanto, tampoco aquí puede hablarse puramente de mediación, sino más bien de intermediación, canalizando la petición y la posible respuesta de la empresa. No se suele llegar a un acuerdo, sino que se transmite la decisión de la empresa o de los defensores/comisionados al consumidor. Sólo en casos excepcionales se mantiene el esquema de la mediación.



### 5.1.2 Rasgos de la mediación

La especificidad de la mediación en consumo a menudo comporta:

#### Desigualdad de las partes: el consumidor como un no experto

Es evidente que el empresario está en una situación de preeminencia en el momento de hacer el contrato, y de aquí nace la primera desigualdad: el consumidor es un no experto (Barral, 2007: 2). El cambio tecnológico crea una nueva categoría de expertos –peritos– que conocen el funcionamiento –empresas–, ante una masa indiscriminada que no los posee –consumidores–, que son protegidos por el ordenamiento jurídico como parte no experta. Por lo tanto, la protección del consumidor rompe la idea de que las dos partes de la relación están en pie de igualdad y son absolutamente libres para decidir los términos de la relación de consumo<sup>37</sup>. Así, la desigualdad inicial entre las partes mediadas parte de la idea de no experto: el consumidor dispone de menos conocimientos sobre el objeto de la reclamación que el profesional o la empresa. Además, se añaden dos desigualdades más: la económica, ya que la parte reclamante no dispone de los mismos medios económicos que la otra parte, y el emocional, ya que para la persona consumidora el conflicto a menudo se convierte en personal y a veces le resulta difícil distanciarse de las emociones. Para la parte reclamada, el conflicto suele considerarse como un aspecto del trabajo o del negocio; y *a priori* suele o no afectarle o afectarle menos emocionalmente.

No obstante, esta desigualdad entre las partes es menos acentuada o incluso desaparece cuando los reclamados son empresarios autónomos o profesionales (microempresas). En este sentido, la desigualdad aumenta con el tamaño de la empresa. Este rasgo es importante porque cuestiona el concepto mismo de reclamación de consumo. En efecto, el marco legal continúa ofreciendo un concepto estricto de consumidor, pero, en algunos casos, la situación entre las dos partes mediadas es bastante similar en términos de pericia, lo cual puede ser relevante en el momento de la aproximación del mediador al conflicto.

#### Similitud de conflictos: la contratación en masa

Las empresas ofrecen bienes y servicios en el mercado sin pensar en un consumidor en concreto y sin diferenciar demasiado las condiciones del producto o servicio.

En este sentido, las cualidades personales del consumidor no son un factor decisivo en el momento de contratar: el consumidor es fungible (Díez Picazo, 1987: 42, 50, 95), mientras que el empresario tiene muy en cuenta las cualidades de los productos y servicios que contrata con otras empresas. En la llamada contratación en masa (por ejemplo, Collins, 1999: 229), los bienes y servicios son ofrecidos a todos los potenciales consumidores, los cuales no pueden hacer nada más que adquirir el producto o servicio sin ninguna posibilidad de modelar el contrato, que ha redactado previamente y unilateralmente la empresa.

En términos de mediación, este hecho se traduce en una clara similitud de conflictos que suelen responder a las prácticas comerciales habituales en los diferentes sectores. Así, se observa una similitud en los motivos y las pretensiones: la tipología de conflictos en relación con la telefonía, las compañías aéreas o los suministros se enmarca en una serie de conflictos básicos que se van repitiendo. Además, en este tipo de servicios, se generan puntas de conflictos prácticamente idénticos en relación con un determinado concepto facturado o un problema concreto. Por eso, los mediadores a veces se diversifican en función del tipo de conflicto (JACC). Además, es oportuno entender que la asignación de un mismo mediador en función de la empresa crea efectos positivos: la reiteración en la relación convierte al mediador en un referente para la empresa.

Se ha descrito la práctica de **mediaciones colectivas** por unos mismos hechos vinculando un grupo de consumidores contra un solo profesional o empresario. Este supuesto requiere de una gran meticulosidad en la documentación y definición de cada una de las pretensiones planteadas colectivamente, sobre todo para acordar un arreglo aceptado por todas las partes reclamantes en consenso<sup>38</sup>.

Finalmente, y atendiendo a los sectores más mediados, se observa una similitud en la configuración de las empresas más reclamadas. Los datos sobre los sectores más mediados nos han demostrado que a menudo las empresas reclamadas son las mismas: los sectores con más mediaciones corresponden a un total de menos de 10 operadores en el Estado español, a excepción del sector compras, que abarca una variada tipología.

#### Concentración de reclamaciones contra grandes empresas

Las empresas susceptibles de participar en un proceso de mediación son muy diversas: desde un empresario

individual (autónomo) hasta una multinacional, pasando por pequeñas y medianas empresas y microempresas. La disposición a llegar a un acuerdo y la percepción de la mediación varían en función de la dimensión de la empresa. Pero esta aparente diversidad se concentra cuando se observan los sectores más mediados. Pueden hacerse tres observaciones:

- Las empresas de los sectores más mediados son empresas de grandes dimensiones. Tanto los sectores más mediados en conflictos internos (telefonía y suministros) como los más mediados en temas transfronterizos (aerolíneas) presentan un perfil de gran empresa, y en muchas ocasiones de multinacionales de grandes dimensiones. En efecto, el 40% de las mediaciones realizadas corresponden a los servicios de telefonía/Internet, que entran claramente en el perfil de grandes empresas. Si sumamos los dos siguientes sectores (aerolíneas 9% y suministros 8%) significa que el 57% de los conflictos se median con este tipo de empresas. En estos casos, ofrecer una vía de resolución de conflictos como el Servicio de Atención al Cliente o el Departamento Jurídico representa un coste y un esfuerzo relativamente bajos.
- En cambio, no puede decirse lo mismo en todos los casos calificados como comercio en las mediaciones internas o bien como comercio electrónico en las transfronterizas, ya que no existe un único perfil de empresa mediada. Estas empresas pueden ser pequeños comercios de proximidad como grandes cadenas. Hay una franja de sectores mediados que pueden obedecer tanto a un patrón de gran empresa como de pequeño comercio, aunque seguramente con dimensiones inferiores a las empresas del apartado anterior: servicios, comercio, electrodomésticos, sectores que están entre el 5 y el 3% de reclamaciones.
- Los sectores menos mediados (venta de animales, tintorerías) suelen obedecer a un perfil de empresa más pequeña.

### Poca incidencia de la mediación presencial

La tipología de las reclamaciones, el sector reclamado y la dimensión de las empresas hacen que, salvo pocas excepciones, las mediaciones o gestiones mediadoras se hagan a distancia y no presencialmente. Sólo las prestaciones de servicios a domicilio, las reclamaciones de importe elevado o bien los conflictos con el pequeño

comercio de proximidad hacen posible una mediación presencial.

### Reclamaciones de poco valor económico y extrajudicialidad

En nuestro país, la mediación en consumo se entiende siempre como extrajudicial. De hecho, la normativa que regula el arbitraje especifica que no puede haberse presentado reclamación por los mismos hechos ante ninguna otra junta arbitral ni organismo jurisdiccional, de forma que la mediación como fase del proceso arbitral es siempre extrajudicial por lo que actúa como un proceso alternativo de resolución de conflictos a la vía judicial.

Aparte de esta previsión legal, existe un dato fáctico relevante: el escaso importe económico que, en general, presentan las reclamaciones de consumo y que provoca una desproporción evidente entre el coste de un eventual litigio ante los tribunales y el importe del producto o servicio adquirido. De esta manera, los consumidores no suelen estar interesados en acudir a la vía judicial para solucionar el conflicto. Por ejemplo, en la encuesta del Euro barómetro de 2004 sobre el acceso de los ciudadanos a la justicia, se indica que sólo un 18% acudiría a los tribunales por reclamaciones entre 500 y 100 €, mientras que un 11% acudiría por reclamaciones de entre 200 y 100 €. Pero incluso en estos grupos, un 54% afirmaba que no reclamaría por estos valores si la inversión fuera demasiado costosa en relación con el precio de adquisición<sup>39</sup>.

Así pues, en la mayoría de los casos las reclamaciones de consumo se suman a las otras vías procesales de solución de los conflictos. Esto debe ser tomado en consideración en el momento de analizar el coste económico de la mediación. En el Reino Unido, por ejemplo, desde 2008 existe un *Small Claim Mediation Service*, esto es, una mediación intrajudicial y voluntaria para las partes que han ido a juicio en casos de cuantía inferior a 5.000 libras, que está dando muy buenos resultados (un 73% de mediaciones resueltas por acuerdo). El contexto es diferente, ya que el coste de una reclamación judicial en este ámbito es de 25 libras –si bien no es necesaria la representación legal–, de forma que la mediación no es una alternativa (Tagg, 2009).

En nuestro país, sin embargo, esta solución quizás no es tan extraña: el art. 23.2.1r de la Ley de enjuiciamiento civil (LEC) prevé la posibilidad de acudir a un juicio verbal sin necesidad de representación por cuantías inferiores a 900 €. Esta vía no se superpone en casos de conflictos de muy escaso valor, pero en algunos su-

puestos como la adquisición de billetes de aviones o reclamaciones de suministros relacionadas con llamadas de tarificación adicional o conexiones a Internet desde el extranjero esta vía puede ser interesante para el consumidor. También es un recurso cuando la mediación no ha tenido éxito. Por lo tanto, habría que **explorar las relaciones de la mediación de consumo y las reclamaciones judiciales** con el fin de analizar hasta qué punto un sistema de mediación intrajudicial se podría vincular al actual sistema de mediación en consumo, ya que, en los casos que puedan ser calificados como relaciones de consumo, la experiencia de la mediación en este ámbito es una garantía de éxito.

En la Unión Europea se ha realizado también un esfuerzo para dar cabida a este tipo de reclamaciones judiciales, y así el Reglamento (CE) 861/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio de 2007 articula el procedimiento judicial de escasa cuantía a nivel europeo, que tiene por finalidad simplificar, agilizar y reducir los gastos judiciales con respecto a reclamaciones de ámbito transfronterizo por importes no superiores a los 2.000 €, y donde, entre otros aspectos, se permite que las partes acudan al proceso sin estar representadas por ningún profesional del derecho.

Por su parte, el Anteproyecto de ley de mediación estatal<sup>40</sup>, aunque excluye de su ámbito de aplicación las reclamaciones de consumo (art. 2.2.c), prevé un proceso en línea de mediación para reclamaciones de menos de 300 € que actuará siempre que las partes tengan acceso material al sistema (artículo 29). De la misma manera, la disposición final tercera del Anteproyecto prevé la creación de un procedimiento simplificado de mediación por medios telemáticos por “meras reclamaciones de cantidad”. Estas iniciativas, si se confirman, van en la línea antes señalada.

Por lo tanto, se ha detectado una tendencia **a dar cabida a las reclamaciones de poco importe económico**. Nuestra experiencia se decanta claramente por la vía del arbitraje y la mediación, pero no puede desconocerse la existencia de vías que facilitan el acceso a los tribunales y que, en este caso, **la mediación de consumo intrajudicial es una de las posibilidades de futuro**. **También hay que relacionar este aspecto con el desarrollo de los ODR.**

### Gratuidad del proceso

La mediación de consumo prestada por la ACC, los ayuntamientos o los consejos comarcales, es decir, la mediación de consumo institucional, es realizada como

un servicio público dentro de la función de promoción y defensa de los intereses de los consumidores que les reconoce el marco legal. La opción por este sistema proviene de la creación del sistema arbitral de consumo que el RD 231/2008 ha confirmado.

Este marco legal prevé que el sistema sea gratuito para el consumidor (art. 41), aunque en la fase de pruebas del sistema arbitral de consumo se establece que los costes ocasionados por las pruebas practicadas a instancia de parte son sufragados por quien las haya propuesto, y en el caso que el órgano arbitral aprecie en el laudo mala fe o temeridad, podrá distribuir de otra forma entre las partes los costes ocasionados por la práctica de las pruebas (art. 45).

La Recomendación de 2001 establece que el procedimiento tendrá que ser gratuito para los consumidores o que “los posibles costes tendrán que ser moderados”; en cualquier caso, de acuerdo con el principio de transparencia se tendrá que informar sobre los posibles costes que tendrán que asumir las partes en el proceso.

Desde algunos sectores doctrinales, se ha defendido el establecimiento de una tasa simbólica que actuaría como depósito al inicio del proceso y sería devuelta al final (Florensa Tomás, 2004).

Hay que poner en relación este aspecto con unos datos que se han analizado anteriormente en este capítulo: las reclamaciones de consumo aumentan exponencialmente y al mismo tiempo están expuestas a efectos coyunturales; y por otra parte, la existencia del contexto actual de crisis económica. Por eso, quizás la imposición de una mínima tasa permitiría aumentar la viabilidad del sistema. En este sentido, la mediación privada de las asociaciones descansa sobre el pago de la cuota de socio.

## 5.2 Conclusiones

1. La mediación en consumo en Cataluña se caracteriza por una gran abundancia de entes mediadores (113) distribuidos por todo el territorio de forma bastante uniforme en función de la población total. Se observa una mayor concentración en el área metropolitana. Su tarea es importante: el año 2008 se llevaron a cabo 30.755 mediaciones.
2. Los sectores más mediados son los de telefonía/Internet, compras, transporte aéreo de pasajeros y suministros, que suman el 68% de las mediaciones. El primer sector, sin embargo, acumula el 40% de las mediaciones. Excepto en el sector de

compras, que es más variado, se trata de empresas de grandes dimensiones que ofrecen los productos de forma indiferenciada y tienen una clara posición de preeminencia sobre el consumidor.

3. Las empresas están más dispuestas a someterse a procesos de mediación que a procesos de arbitraje: éste es un punto fuerte del sistema que habría que explotar.
4. En relación con las partes, los mediadores son todos profesionales y la mayoría con dedicación a tiempo parcial. Su formación es heterogénea y no hay una formación mínima requerida. Se observa formación en consumo y en la actividad mediadora, que habría que hacer homogénea. Con respecto a los mediadores, en la mediación interna, un 8% son población extranjera residente en Cataluña. En estos casos no se presentan problemas de ley aplicable, por parte de las empresas.
5. Las mediaciones que acaban con acuerdo representan cerca de un 50%, aunque los porcentajes varían mucho en función de los sectores. En cambio, la incidencia del traslado a organismos sancionadores es, en general baja, a excepción de algunos sectores como el del comercio electrónico o el del transporte aéreo de pasajeros.
6. El proceso de mediación es muy flexible, con fases encadenadas que permiten diferentes opciones. Aunque existen protocolos, la documentación de cada expediente es reducida, y no hay acta inicial ni final si las características del acuerdo o las partes no lo solicitan. Existe, sin embargo, un problema con la excesiva duración de las mediaciones, que es destacado por todos los operadores.
7. Junto a los procesos formales de mediación han aparecido otros conceptos paralelos:
  - Gestiones mediadoras: llevadas a cabo por los mediadores de forma todavía menos formal que la mediación, canalizando la reclamación del consumidor o poniendo las partes en contacto.
  - Uso de técnicas mediadoras para la conciliación: en la tarea que llevan a cabo las asociaciones de consumidores, ya que buscan el acuerdo pero suelen actuar por cuenta y en interés de los consumidores/asociados.
  - Intermediación en el caso de productos financieros: el circuito legal que hace coincidir diversas instancias de resolución de conflictos (Defensor, comisionados ...) hacen que el mediador se tenga que limitar a canalizar la reclamación; sólo excepcionalmente puede mediar.
8. Aunque los principios de imparcialidad y neutralidad están muy asentados, existe una percepción de no neutralidad:
  - Los consumidores perciben una no neutralidad favorable para sus intereses ya que la ACC y las asociaciones de consumidores son organismos que se dedican a su protección. Genera expectativas muy altas y dificulta el acuerdo.
  - Los empresarios perciben una no neutralidad desfavorable para sus intereses, por las mismas razones. Ello genera pasividad en el proceso y aumenta la duración.
9. Los mediadores y expertos están de acuerdo en que si las empresas pudieran iniciar la mediación, su interés aumentaría. Teniendo presente que es un proceso voluntario tanto en el inicio como en el final, el consumidor podría tener, entonces, la facilidad de contactar con la empresa y de hacer saber su posición. Habría que explorar la bidireccionalidad fuera del sistema arbitral de consumo.
10. La mediación en consumo tiene un marco normativo específico y complejo: la Recomendación de la Comisión Europea 2001/310/CE, texto sin efectos jurídicos vinculantes; el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el cual se regula el Sistema Arbitral de Consumo, y el recientemente aprobado Código de consumo de Cataluña mediante la Ley 22/2010, del 20 de julio. La aplicación de la Ley 15/2009, de 22 de julio, de mediación en el ámbito del derecho privado (LMP) vendrá condicionada por las características básicas de la mediación en consumo que hay que respetar, razón por la cual no resulta factible la aplicación en bloque de este texto normativo, especialmente en aquello que hace referencia al proceso. Con todo, sería conveniente una clarificación del marco normativo.
11. Algunas de las características de la mediación en consumo, como son la similitud de casos, el poco uso de la presencialidad y el poco valor de los conflictos parecen idóneos para el desarrollo de procesos telemáticos ya sea en la gestión de los expedientes o bien en la exploración de sistemas en línea (ODR).
12. La mediación en consumo descansa principalmente en la mediación institucional (94,41% de las mediaciones), tanto interna como transfronteriza, que representa un gasto importante que asume

la Administración como servicio público y que es irrenunciable como tal. Sin embargo, en la actual coyuntura habría que explorar nuevas fuentes de financiación.

### 5.3 Recomendaciones

#### 1. Clarificación del marco normativo

En el ámbito interno se recomienda el análisis exhaustivo de las relaciones entre la normativa específica y preferentemente aplicable: el Código de consumo, la Recomendación 310/2001/CE y la normativa general de la LMP, con el fin de determinar las especificidades que hay que preservar. El desarrollo de la mediación por vía reglamentaria, tal como prevé el Código de consumo, facilitará esta tarea.

En el ámbito transfronterizo, el hecho de que las recomendaciones de la UE sean aplicables a los órganos responsables de procedimientos de solución extrajudicial de litigios en materia de consumo, según si se trata de terceros pasivos o procedimientos consensuales como la mediación (Recomendación 310/2001/CE) o de terceros activos o procedimientos determinativos o recomendadores como los procedimientos de arbitraje, arbitraje no vinculante o recomendación (Recomendación 1998/257/CE) no parece resultar práctica ni eficaz para los órganos que ofrecen estos servicios. Si bien queda claro que la mediación se acoge a la Recomendación de 2001, sería recomendable que la Comisión Europea detallara los principios, directrices y orientaciones extraídas de la experiencia y buenas prácticas de los ADR durante todo este periodo, y que se diera la máxima difusión. La cuestión es relevante ya que limita las posibilidades de éxito de un consumidor catalán que tiene un conflicto con una empresa de un país donde el sistema de ADR en consumo no prevé mecanismos similares a la mediación, y también en el caso inverso. La identidad de principios se traduciría en un aumento de la eficacia del sistema con el fin de superar la fragmentación de los ordenamientos jurídicos de los diferentes Estados miembros.

#### 2. Soluciones a la percepción de la no neutralidad

Ésta es una cuestión primordial para el futuro desarrollo de la mediación en consumo: sólo si los potenciales mediadores tienen confianza en el sistema podrá desarrollarse hasta al máximo de sus posibilidades. Ya hemos visto

que básicamente se dan dos problemas: la no neutralidad favorable que percibe el consumidor y la desfavorable que percibe la empresa.

#### Actuaciones sobre las percepciones de la **no neutralidad favorable del consumidor**.

Con respecto al consumidor, las actuaciones dependen de una acción más amplia de educación tanto en relación con sus derechos como en relación con las posibilidades de reclamar que se lleva a cabo de forma institucional, principalmente por la Escuela de Consumo de la ACC, y que puede tener efectos reflejos importantes en el tema que estamos tratando.

Además, conviene tener en cuenta que la noción de protección al consumidor como voluntad de servicio al ciudadano tanto de la mediación institucional como de las asociaciones de consumidores no debe ser un problema si, a la vez, se transmite la neutralidad del mediador durante el proceso y el carácter voluntario que éste comporta para ambas partes.

Como acciones concretas se propone:

- Difusión de estos aspectos entre los consumidores que presentan una reclamación: edición de un folleto que se da al consumidor en el momento de presentar la reclamación presencial; necesidad de pasar por un desplegable que incluya esta información en caso de que la reclamación se presente por vía electrónica. La finalidad de esta medida sería que la información del proceso llegara al consumidor antes de iniciar las acciones mediadoras, a fin de que el tiempo empleado por el mediador en este aspecto fuera inferior o nulo.
- Una vez iniciada la mediación propiamente dicha, debería proporcionarse esta información individualmente a los mediados, como nos consta que realizan los mediadores. Sería importante que se propusiera como práctica generalizada. Se podría utilizar el mismo folleto o contenido web en caso de mediación en línea.
- Un tercer nivel de información debería referirse a los ciudadanos en general, bajo la forma de campañas de difusión de la mediación entre los consumidores. En este sentido, se proponen campañas centradas en el mecanismo de la mediación y sus ventajas para todas las partes.
- Finalmente, se propone trabajar directamente sobre las percepciones de las dos partes mediante un refuerzo de la transparencia en la actuación de los mediadores que podría matizar favorablemente

las percepciones: procesos transparentes, publicación de estadísticas de resultados favorables a ambas partes en conflicto, etc.

**Actuaciones sobre la percepción de la no neutralidad desfavorable por parte de los empresarios:**

- Difundir la mediación como herramienta que también genera un distintivo de confianza, a imagen de lo que existe para las empresas sometidas a arbitraje.
  - Se ha podido comprobar cómo las campañas de promoción del sistema arbitral tienen un impacto positivo en el incremento del número de empresas adheridas al sistema, ya que se ve esta vía como una forma de reforzar la buena imagen de las empresas y de cumplimiento de los estándares de conducta adecuada. Estas campañas se tienen que continuar realizando porque incrementan las mediaciones por la vía de la adhesión al sistema arbitral de consumo.
  - Además, hace falta una difusión directa de la mediación como proceso independiente del arbitraje sobre la base que es posible la generación de un distintivo de confianza, al margen de la adhesión al sistema arbitral. Para ello, sería útil la creación de una base de datos interna de los entes mediados, donde se pudiera tener constancia de la predisposición inicial en mediar de la empresa. La utilidad parece clara: puede observarse como un 30% de los conflictos que se han mediado pero que no han llegado a un acuerdo han sido archivados sin pasar a arbitraje, de forma que una parte importante de empresas están dispuestas para ir sólo a la mediación, aspecto que cabría aprovechar.
- Hay que actuar, también, de forma paralela a la información transmitida al consumidor. En realidad, la parcialidad desfavorable surge de los mismos elementos que la favorable que tiene el consumidor, pero analizada desde la empresa; por lo tanto, habría que utilizar las mismas herramientas de información: folleto, aplicación informática, etc.
- En el caso de la mediación transfronteriza, hace falta continuar y reforzar la cooperación entre autoridades y organismos responsables de protección del consumidor, con el fin de dar respuestas rápidas en casos de incumplimiento de las normas de consumo por parte de empresas situadas en

un Estado miembro diferente del Estado del consumidor.

### 3. La información previa sobre el marco legal al consumidor

La información previa sobre el marco legal es esencial para que las partes lleguen a acuerdos que puedan satisfacer sus expectativas. En este aspecto, hay que trabajar en una doble dirección:

- Facilitar la transmisión de la información directamente al consumidor.
- Decidir quién debe proporcionar dicha información al consumidor. De este capítulo se desprende la idea que el modelo que sea el mismo mediador quien ofrezca esta información no es adecuado. El problema no es que, en este caso, el mediador deje de ser neutral: este solo hecho no comprometería su función como mediador. Pero este sistema de transmitir la información puede incidir todavía más en la percepción tanto de la parcialidad favorable de cara al consumidor como de la desfavorable ante el empresario. Por eso, habría que arbitrar sistemas independientes. En este aspecto sería muy interesante estudiar las posibilidades que ofrecen los entornos en línea, que se tratarán más adelante.
- Por otra parte, los procesos de ADR en el ámbito del consumo no indican la necesidad de la asistencia de abogado o procurador. Esta característica, junto con la escasa cuantía de muchas reclamaciones comporta que el marco legal se deba determinar con las herramientas propias del sistema de mediación.

### 4. Recomendaciones para suscitar el interés de la empresa

Una de las causas de complejidad y frustración del proceso de mediación proviene del hecho de que sólo el consumidor pueda iniciar un proceso de mediación y que entonces se deba contactar con la empresa para saber si ésta acepta la mediación. Una solución podría ser que la empresa tuviera un plazo para aceptar o no la mediación. A partir de aquí, quedaría a la voluntad del consumidor, que ha iniciado el proceso, si desea conceder nuevos plazos, si desiste o si quiere iniciar un proceso de arbitraje u otro tipo de procedimiento formal. Esta

solución respeta la voluntariedad del proceso y permite que sean las partes las que lo impulsen.

Se propone también la posibilidad de que las empresas puedan iniciar un proceso de mediación al menos fuera del sistema arbitral de consumo. En este caso, los límites de la bidireccionalidad impuesta al arbitraje no existen en la mediación fuera del sistema arbitral, es decir, como proceso independiente, ya sea institucional o bien privado. Además, esta posibilidad reforzaría el sentimiento de confianza del empresario en el sistema y quizás disminuiría los problemas derivados de las percepciones de la neutralidad.

## 5. Duración de la mediación

La excesiva duración del proceso de mediación ha sido advertida tanto entre los mediadores como en los grupos focales. En este aspecto, la actuación tiene que moverse en tres niveles diferentes:

- El mediador tiene que tener la potestad de dar por finalizado el proceso de mediación cuando crea que las posibilidades de acuerdo son nulas.
- Posibilidad de introducir un máximo en la duración del proceso. En este caso, haría falta una duración más corta en la mediación interna, en torno a los dos meses y más larga -sobre los seis meses- en el caso de la transfronteriza.

## 6. La gradación de la confidencialidad

El proceso de mediación en consumo tiene que prever la confidencialidad desde diversos puntos de vista que comportan un tratamiento diversificado de este aspecto:

- Los procesos de mediación están sometidos a la normativa transversal de protección de datos, básicamente la Ley orgánica de protección de datos (LOPD) y su Reglamento de desarrollo. Así, si la entidad mediadora incluye un fichero de datos personales, entre otros aspectos, lo tendrá que inscribir en el registro correspondiente y tendrá que informar a la parte sobre la existencia de este fichero así como de una serie de obligaciones recogidas en la ley -como su finalidad, los destinatarios de la información, la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición o la identidad y dirección del responsable del tratamiento, entre otros aspectos (art. 5). Esta normativa debe tenerse particularmente en consideración en relación con aquellos datos especialmente pro-

tegidos, como por ejemplo, los datos relativos a la salud, ya que entonces hace falta necesariamente el consentimiento del interesado (art. 7.3 LOPD, así como normativa relacionada con los derechos de los pacientes). Esta previsión afecta también a aquellas reclamaciones que, en razón del proceso de mediación, lleguen a revelar datos especialmente protegidos. Por lo tanto, el mediador debe tener en cuenta todas las cautelas en esta materia.

- En segundo lugar, en algunos textos se prevé una doble conformidad (bilateralidad) para poder trasladar recíprocamente la información en el proceso mediador (Recomendación de 2001). Haría falta establecer en el futuro documento de reclamación una casilla donde, por defecto, se autorizara a comunicar a la otra parte la documentación y pruebas aportadas y, consiguientemente, indicarlo también a la parte reclamada en el escrito de oferta de mediación.
- El acta final de mediación que recoge el acuerdo y el hecho mismo de existir una mediación son aspectos que no se consideran dentro de la confidencialidad del acuerdo.

## 7. Homogeneizar la formación de los mediadores

Se ha destacado la heterogeneidad de la formación y la necesidad de un mínimo de formación jurídica. Por lo tanto, se propone:

- Estudiar los elementos de formación en consumo y formación en actividades mediadoras aplicables a la mediación en consumo, con el fin de homogeneizar la preparación de los nuevos mediadores; determinación de las cuestiones básicas e imprescindibles para la formación de los mediadores.
- Esta formación no puede desvincularse del conocimiento del marco normativo de consumo.
- La experiencia se ha revelado como parte importante del proceso de formación.

## 8. Impulso de un Código de buenas prácticas

El estatuto del mediador es uno de los aspectos menos desarrollados en la mediación en consumo si bien los mediadores remarcan la necesidad de referentes. Se propone impulsar la creación de un Código de buenas

prácticas que permita determinar y concretar los aspectos clave de la actuación del mediador de consumo.

## 9. Desarrollo de las TIC

Por las características de este tipo de mediación se propone la potenciación de entornos de mediación en línea. El universo de ODR existente vinculado a empresas privadas es cada día más evidente. No todos estos sistemas de resolución de disputas en línea entran dentro de lo que podemos calificar como mediación, pero el potencial de las TIC tiene que ser aprovechado para crear procedimientos más rápidos y económicos. Algunas de las cuestiones técnicas a explorar serían: garantizar la adecuación del sistema de ODR a los principios del proceso, el mantenimiento de la confidencialidad tal como ha sido diseñada así como establecer mecanismos de autenticación de los intervinientes (firma electrónica o similar).

La creación de herramientas en línea específicas permitiría paliar alguno de los problemas que se han analizado:

- Información sobre el proceso de mediación y la figura del mediador
- Información detallada sobre el marco legal en función de la solicitud hecha por el consumidor
- Herramientas de gestión de los expedientes para los mediadores que permitan dominar el tiempo de la mediación y cada uno de sus trámites

## 10. Gratuidad del proceso

La mediación institucional ofrece un servicio gratuito de mediación que es la esencia de la protección al consumidor. Sin embargo, es posible que el aumento de las mediaciones condicione la viabilidad del sistema. En este sentido, aunque no disponemos de elementos suficientes para aportar soluciones financieras o de organización, pueden indicarse algunas medidas concretas:

- La aplicación más relevante de las tecnologías de la información y de sistemas en línea de mediación tenderá a abaratar el coste de la mediación y permitirá explorar formas de mediación menos formales y más económicas.
- El servicio público se continuaría prestando aunque se impusiera una pequeña tasa al inicio del proceso.

## 6 Apéndice legislación citada

### I Normativa estatal

Constitución española de 1978. (BOE núm. 311, de 29/12/1978)

Ley orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. (BOE núm. 298, de 14.12.1999)

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. (BOE núm. 166, de 12.07.2002)

Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de medidas de reforma del sistema financiero. (BOE núm. 281, de 23.11.02)

Ley 1/2000, de 7 de enero, de enjuiciamiento civil. (BOE núm. 7, de 08.01.2000)

Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el cual se regula el sistema arbitral de consumo. (BOE núm. 48, de 25/2/2008)

Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo, por el cual se regula el arbitraje de consumo. (BOE núm. 121, de 21/5/1993) (Norma derogada)

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el cual se aprueba el texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. (BOE núm. 287, de 30/11/2007)

Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el cual se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión. (BOE núm. 241, de 8/10/2005)

Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el cual se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley orgánica 15/2009, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. (BOE núm. 17, de 19.01.2008)

Anteproyecto de Ley de mediación estatal. (Ministerio de Justicia, 2010)

### II Normativa catalana

Ley orgánica 6/2006, de reforma del Estatuto de autonomía de Cataluña. (BOE núm. 172, de 20.7.2006; DOGC núm. 4680, del 20.07.2006)



- Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña. (DOGC núm. 5677, de 23.7.2010)
- Ley 15/2009, de 22 de julio, de mediación en el ámbito del derecho privado. (DOGC núm. 5432, de 30.07.2009)
- Ley 9/2004 de 29 diciembre, de creación de la Agència Catalana del Consum. (DOGC núm. 4291, de 30.12.2004)
- Ley 3/1993, de 5 de marzo, del Estatuto del consumidor. (DOGC núm. 1719, de 12.03.1993). (Norma derogada)
- Decreto 242/2005, de 8 de noviembre, de despliegue de la estructura de la Agència Catalana del Consum. (DOGC núm. 4507, de 10.11.2005)
- Decreto 23/1998, de 4 de febrero, por el cual se establecen el régimen de subvenciones de las organizaciones de consumidores y usuarios así como los requisitos de las organizaciones más representativas. (DOGC núm. 2575, de 10.2.1998)
- Decreto 222/1993, de 14 de diciembre, por el cual se estructura la Junta Arbitral de Consumo de Cataluña. (DOGC núm. 1804, de 4.10.1993). (disposición derogada)
- Orden ECF/215/2007, de 30 de mayo, por la cual se establece el procedimiento de otorgamiento y retirada del distintivo público de confianza en línea, así como el ejercicio de las funciones dirigidas a velar por el mantenimiento de los requisitos que justifican el otorgamiento. (DOGC núm. 4912, de 26.06.2007)
- Proyecto de Código de consumo de Cataluña. (BOPC núm. 603, de 21.12.2009)
- aspectos de mediación en asuntos civiles y mercantiles. (DOUE L 136/3, de 24.05.2008)
- Directiva 2000/31/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico). (DOCE L 178, de 17.07.2000)
- Reglamento (CE) 861/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio de 2007, por el cual se establece un procedimiento europeo de escasa cuantía. (DOUE L199/1, de 31.07.2007)
- Reglamento (CE) 261/2004, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de febrero de 2004, por el cual se establecen normas comunes sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y de cancelación o gran retraso de los vuelos, y se deroga el Reglamento (CEE) núm 295/91. (DOUE L 46, de 17.02.04)
- 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. (DOCE L 012, de 16.01.2001)
- Reglamento (CE) núm. 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I). (DOUE L 177/6, de 4.07.2008)
- Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de los consumidores. (COM (2008) 614 final 2008/0196 (COD) 8.10.2008)

### III Normativa internacional

Convenio para la unificación de ciertas reglas para el transporte aéreo internacional, hecho en Montreal el 28 de mayo de 1999. (Instrumento de ratificación en BOE núm. 122, de 20.5.2004)

### IV Normativa de la Unión Europea

Tratado de funcionamiento de la Unión Europea. (Versión consolidada en DOUE 83/47, de 30.03.2010)

Directiva 52/2008/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2008, sobre algunos

## 7 Bibliografía

- Barral Viñals, I., (2007). Del consumidor destinatari-final al consumidor- no expert en la contractació en massa. *Revista Catalana de Dret Privat*, Vol. 7, pàg. 69-97.
- Barral, I., Lauroba, M<sup>a</sup>.E., Marín, A., Martí, C., Tamarit, J.M., Vidal, A., i Viola, I., (2009) El concepte jurídic de mediació, a P. Casanovas, L. Díaz, J. Magre i M. Poblet, (Eds.), "Materials del Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya", Generalitat de Catalunya:

- Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada, Barcelona, pàg. 181 i seg.
- Blanco Carrasco, M. (2009 a). La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro. *Anuario jurídico y económico escurialense*, núm. 42, pp. 129-152.
- Blanco Carrasco, M. (2009 b) *Mediación y sistemas alternativos de resolución de conflictos: una visión jurídica*. Madrid: Ed. Reus.
- Blanco Carrasco, M. (2005). *Mediación y consumidores*. Madrid: Instituto Nacional de Consumo.
- Botana García, G. (1998). *Curso de protección de los consumidores*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Botana García, G. (2002). La protección de los consumidores y el comercio electrónico, a: J. Cremades, M.A. Fernández Ordóñez y R. Illescas (Eds) "Régimen Jurídico de Internet". Madrid: La Ley- Actualidad.
- Bourgoignie, T.H. (1998). *Éléments pour une théorie du droit de la consommation*. Brussel-les: Story-Scientia.
- Bourgoignie, T.H. & Trubeck, D. (1987). *Consumer Law, Common Markets and Federalism in Europe and the United States*. Berlín - New York: Walter de Gruyter.
- Busto Lago, J.M., Álvarez Lata, N., Peña López, F. (2008). *Reclamaciones de consumo*. Navarra: Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.
- Capdevila i Nogué, M. (2001). Mediación previa al arbitraje de consumo. *Carta mercantil*. Núm. 22. pp. 5-10.
- Capdevila i Nogué, M. (2004). Mediación en materia de consumo. A: C. Florensa i Tomàs (coord.) *El arbitraje de consumo: una nueva dimensión del arbitraje de derecho privado*. València: Tirant lo Blanch.
- Castells, M. (2003). *L'era de la informació: economia, societat i cultura*. Volum I. *La societat xarxa*. Barcelona: Editorial UOC
- Calais-Auloy, J. (1986). *Droit de la consommation*. Paris: Dalloz.
- Cazorla González, M<sup>a</sup> J. (2009). La mediación de consumo en el arbitraje institucional. *2009 Workshop Internacional sobre ADR/ODRs. Construyendo puentes: marco jurídico y principios*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Internet Interdisciplinary Institute (IN3), 15 de septiembre de 2009. <http://www.uoc.edu/symposia/adr>.
- Collins, H., (1999). *Regulating contracts*, New York: Oxford University Press.
- Díez-Picazo Ponce de León, L. (1987). *Derecho y masificación social. Tecnología y derecho privado (Dos esbozos)*, Madrid: Civitas.
- Florensa Tomás, E. (Ed.) (2004). *El arbitraje de consumo*. València: Tirant Monografías.
- García Villaluenga, L. (2006). *Mediación en conflictos familiares. Una construcción desde el derecho de familia*. Madrid: Reus.
- Guillén Caramés, J. (2006). Métodos extrajudiciales de solución de conflictos en el ámbito del consumo, a A. Cano Linares, A. Catanedo Abay, (Coord.), "Métodos alternativos de solución de conflictos: perspectiva multidisciplinar". Madrid: Dykinson.
- González Pillado, E. (2010). *Resolución de conflictos en materia de consumo: proceso y arbitraje. Práctica Jurídica*. Madrid: Tecnos.
- Ginsburg, J. C. (1998). The Private International Law of Copyright in an era of technological change. *Recueil des Cours*, La Haya: académie de Droit International de la Haye - Hague Academy of International Law.
- González Pillado, E. (2010). *Resolución de conflictos en materia de consumo: proceso y arbitraje*, Madrid: Tecnos: práctica jurídica.
- Guillén Caramés, J. (2006). Métodos extrajudiciales de solución de conflictos en el ámbito del consumo. A: A. Cano Linares; A. Catanedo Abay (Coord). "Métodos alternativos de solución de conflictos: perspectiva multidisciplinar". Madrid: Dykinson.
- Hondius, E. (2004). The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract Law: A Synthesis. *Journal of Consumer Policy*, Vol. 27. Num.3: 245-251.
- Maluquer de Motes, C. J. (2003). La solución extrajudicial de conflictos: Códigos de conducta y arbitraje electrónico a Barral, I. (Coord). "La regulación del comercio electrónico". Madrid: Dykinson.
- Maluquer de Motes, C.J. (2003). Los códigos de conducta como fuente de Derecho. *Derecho privado y Constitución*, núm. 17.
- Maluquer de Motes, C.J. (2004). El arbitraje de consumo como instrumento de calidad al servicio del consumidor y del empresario, a C.E. Florensa Tomás

- (Ed.) “El arbitraje de consumo”. València: Tirant Monografías.
- Ondarza Zubieta, I. (1998) Resolución informal de conflictos de consumo, Un estudio comparativo entre Vitoria-Gastei y Turku (Finlandia), Vitoria:Argitalpena.
- Pastor Prieto, S. (1993) ¡Ah de la Justicia! Política judicial y economía. Madrid: Civitas.
- Pastor Prieto, S., Moreno Catena, V.M. (Dir.) (2002). *El Coste de la justicia*, Cuadernos de Derecho Judicial. Madrid: Consejo General del Poder Judicial.
- Paz Lloveras, E. (Coord). (2002). *Libro Blanco sobre Mecanismos Extrajudiciales de Solución de Conflictos en España. Autorregulación y sistemas extrajudiciales off-line y on-line de solución de conflictos para entornos de comercio electrónico*. Madrid: AENOR.
- Poblet, M., Noriega, P., Suquet, J., Gabarró, S. (2010). *Tecnologies per a la mediació*, a P. Casanovas, J. Magre, M<sup>a</sup>.E. Lauroba (ed.) “Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya”, Barcelona: Generalitat de Catalunya, *en premsa*.
- Ramsay, I. (2007). *Consumer law and policy, Text and Materials on Regulating Consumer Markets*. Oxford: Hart Publications.
- Reyes López M.J. (coord.). (2009). *Manual de derecho privado de consumo*, Madrid:La Ley.
- Samanes Ara, C., Gutiérrez Sanz, M.R.; Monge Gil, A.L.; Zubiri de Salinas, M. (2005). Curso Mediación y Arbitraje: nuevos retos del arbitraje de consumo. *Cuadernos de consumo*. Volum 23. Aragón: Dirección General de Consumo.
- Tagg, J. (2009). The small Claims Mediation Service in England and Wales. *Materials de les Premières Assises Internationales de la Médiation Judiciaire. La médiation, langage universel de règlement des conflits*. Paris.
- Civic Consulting (2009). Final Report to DG SANCO – Study on the use of Alternative Dispute Resolution in the EU. [http://ec.europa.eu/consumers/redress\\_cons/adr\\_study.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/adr_study.pdf)
- Comissió Europea (2001). Recomendación de la Comisión de 4 de abril de 2001 relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo. (2001/310/CE). (DOCE 109/56 de 19.04.2001)
- Comissió Europea (1998). Recomendación de la Comisión de 30 de marzo de 1998 relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo (98/257/CE). (DOCE L 115/31 de 17.4.1998).
- Comissió Europea (1996). Comunicación Plan de acción sobre el acceso de los consumidores a la justicia y la solución de litigios en materia de consumo en el mercado interior. COM 96, 13 Final. 14.2.1996
- Comissió Europea (1993). Libro Verde de la Comisión, de 16 de noviembre de 1993, sobre el acceso de los consumidores a la justicia y solución de litigios en materia de consumo en el mercado único (COM (93) 576 Final).
- Comissió Europea (2002). Libro Verde sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos en el ámbito del derecho civil y mercantil. (COM/2002/0196 final).
- Comissió Europea (2010). Recomendación de la Comisión, de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores (C(2010)3021 final).
- OECD (2006). Consumer Dispute Resolution and redress in the global marketplace <http://www.oecd.org/dataoecd/26/61/36456184.pdf>.
- The Study Centre for Consumer Law – Centre for European Economic Law Katholieke Universiteit Leuven. (2009) An analysis and evaluation of alternative means of consumer redress other than redress through ordinary judicial proceedings. Final Report. [http://ec.europa.eu/consumers/redress/reports\\_studies/comparative\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/redress/reports_studies/comparative_report_en.pdf)

## Documentación:

Agència Catalana del Consum (2009). Memòria 2008, disponible a: <http://www.consum.cat/documentacio/11757.pdf>.

## Notas

- 1 Las primeras aproximaciones son de (Calais-Auloy, 1986) y (Bourgoignie et al., 1988). Posteriormente, entre otros, también ver: Bourgoignie, 1998.
- 2 El artículo 51.1 de la Constitución española de 1978 establece que: “Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y de los usuarios, y protegerán con procedimientos eficaces la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos.”
- 3 La protección al consumidor en el Tratado de Roma surgió con posterioridad a su entrada en vigor, particularmente a partir del Acta Única Europea de 1986
- 4 Considerando segundo de la Recomendación 1998/257/CE, de 30 de marzo de 1998.
- 5 Básicamente, ver, artículos 15 a 17 del Reglamento (CE) n.º. 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 y artículo 6 del Reglamento (CE) n.º. 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I).
- 6 Ver la Propuesta de directiva del Parlamento Europeo y el Consejo sobre los derechos de los consumidores. Bruselas, 8.10.2008 COM(2008) 614 final 2008/0196 (COD).
- 7 Ver el sitio web de la Red ECC-Net en: [http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm).
- 8 Durante la elaboración del trabajo se ha tenido presente el Proyecto de Código de consumo de Cataluña, BOPC n.º. 603, de 21 de diciembre de 2009, y se ha ido siguiendo su evolución hasta la aprobación final.
- 9 Esta información es de interés no sólo para los consumidores, las asociaciones de consumidores y profesionales que deseen someter una controversia a un ADR, sino también para los mismos órganos de ADR, para que de esta manera puedan ellos mismos familiarizarse con la estructura y el funcionamiento de sus homólogos en otros Estados miembros.
- 10 Ver: [http://ec.europa.eu/consumers/redress/out\\_of\\_court/adrd\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/redress/out_of_court/adrd_en.htm).
- 11 La Red de Centros Europeos del Consumidor (ECC-Net) es una red de la UE copatrocinada por la Comisión Europea y los Estados Miembros. Se compone de 29 centros, uno en cada uno de los 27 Estados miembros de la UE, así como en Islandia y Noruega. [http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm).
- 12 Los órganos detectados por la Comisión Europea con funciones de gestión de reclamaciones de consumo básicamente son: las autoridades competentes en materia de consumo de los estados miembros, las organizaciones de consumidores, las autoridades reguladoras, los órganos alternativos para la resolución de conflictos de consumo, los comités de reclamaciones, los defensores del pueblo independientes nombrados por autoridades gubernamentales y los servicios de mediación independiente.
- 13 Ver: [http://ec.europa.eu/dgs/health\\_consumer/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/index_en.htm).
- 14 Ver : <http://www.risolvionline.it>.
- 15 Ver: <http://www.resolvemydispute.com>
- 16 A partir del Decreto 222/1993, de 14 de septiembre, por el cual se estructura la Junta Arbitral de Consumo de Cataluña, hoy derogado por el Decreto 242/2005, de 8 de noviembre, de despliegue de la estructura de la Agència Catalana del Consum. Hoy en día, la Secretaría se ha convertido en la Sección de Mediación de la Agència Catalana del Consum.
- 17 Sobre esta idea y sus matices, cfr. Cazorla, (2009: 1).
- 18 En su preámbulo se establece que: “Asimismo, la Agencia debe mantener las relaciones con las instituciones europeas participando en la red de alertas y colaborando con dichas instituciones en materia de reclamaciones transfronterizas, de acuerdo con los criterios de la Comisión Europea (...)”.
- 19 En tanto que son competentes las autoridades de consumo de la Comunidad Autónoma donde la entidad promotora del sistema de autorregulación esté domiciliada, hasta el momento se han concedido en otras comunidades autónomas el distintivo público de confianza en línea en relación con las entidades promotoras del código de conducta Confianza Online ([www.confianzaonline.es](http://www.confianzaonline.es)), del código de conducta de APTICE ([www.aptice.org](http://www.aptice.org)) y del código de conducta Óptima Web d'ANETCOM ([www.anetcom.es](http://www.anetcom.es)).

- 20 Esta norma era la vigente en el momento de realizar la investigación. En la actualidad ha sido derogada por la Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de Consumo de Cataluña.
- 21 Ver la página web de la DG SANCO: [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/index_en.htm).
- 22 Se crean diversos defensores especializados según el tipo de servicio financiero: el defensor del cliente bancario, el del inversor, del asegurado y del partícipe en planes de pensiones.
- 23 Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de Cataluña. Ver: <http://aicec.adicae.net/>
- 24 Según uno de los mediadores entrevistados, cuanto más grande es el volumen de trabajo, más práctica se adquiere y, con eso, mejores resultados se obtienen. La ambigüedad de esta afirmación plantea las siguientes dudas: i) ¿se refiere tan sólo a la capacidad del mediador de gestionar los conflictos en consumo, o también al fomento de la cultura de la mediación en consumo?; ii) en la práctica, ¿cómo se prioriza la calidad de las actuaciones ante un volumen excesivo de casos? La segunda duda parece encontrar respuesta en otra opinión disidente que remarca el hecho de la desigualdad de los casos en cuanto a la complejidad y, por tanto, a la dedicación requerida.
- 25 Sobre el concepto de los Online Dispute Resolution (ODR) y sus aplicaciones prácticas, ver en este mismo Libro Blanco: (Poblet et al., 2010)
- 26 Este tipo de ventas acostumbra a realizarse en excursiones de un día, con un precio muy bajo, que incluye el transporte en autocar, la comida y un regalo atractivo, pero de poco valor. La captación de clientes se hace a menudo distribuyendo folletos en los buzones particulares. Este sistema de venta se dirige especialmente a gente mayor y los artículos que se ofrecen durante las excursiones acostumbran a ser productos textiles (mantas, edredones, almohadas, colchones ...) y productos para el hogar (baterías de cocina, juegos de cubiertos, electrodomésticos...).
- 27 Este hecho fue destacado por el representante de la Unión de Consumidores de Cataluña, Sr. M. Ruiz, en la mesa redonda realizada en el marco del Libro Blanco de la Mediación en la jornada titulada "Mediación en consumo: estado de la cuestión", de 26 de mayo de 2010.
- 28 Ver: <http://idt.uab.es/JornadaMediacionConsum/index.php>.
- 29 El soporte permanente que parece más adecuado es el digital a través de la web de cada institución y, una vez finalizado cada ejercicio, mediante la edición y divulgación de una memoria de actividad mediadora.
- 30 Ver: [http://www.consum.cat/temes\\_de\\_consum/index.html](http://www.consum.cat/temes_de_consum/index.html)
- 31 Este hecho fue destacado por diversos técnicos de consumo en la mesa redonda de la jornada de 26 de mayo de 2010 titulada "Mediación de consumo: estado de la cuestión", en el marco de la preparación de este capítulo del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña.
- 32 Observaciones elaboradas por un grupo formado por responsables técnicos de consumo de municipios pequeños, medios y grandes en el seno de la Federación Catalana de Municipios.
- 33 De forma similar, la Directiva 2008/52/CE, sobre mediación en asuntos civiles y mercantiles desarrolla, en el artículo 7, los aspectos relevantes de la confidencialidad. Así, establece como criterio general la confidencialidad del mediador, que no estará obligado a declarar en un juicio civil, mercantil o en un procedimiento arbitral. No obstante, la norma prevé determinadas excepciones: a) por razones de orden público y b) cuando sea necesario conocer el contenido para ejecutar el acuerdo.
- 34 Sobre la posibilidad de adaptar los medios electrónicos al arbitraje de consumo, ver, entre otros, Maluquer de Motes (2003).
- 35 Por ejemplo, este hecho fue destacado por el representante de la Asociación de Consumidores de la Provincia de Barcelona, Sr. J. Garcia-Roqueta, en la mesa redonda de la jornada titulada: "Mediación en consumo: estado de la cuestión", de 26 de mayo de 2010.
- 36 Este hecho fue destacado por el representante de la Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña (OCUC), Sr. Antoni Bergua en la Mesa Redonda de la Jornada "Mediación en consumo: estado de la cuestión" de 26 de mayo de 2010.
- 37 A menudo se habla de la protección a la "parte débil", que, en nuestra opinión, no es acertada ya que proviene de la idea de la *weaker party*, propia del ámbito anglosajón, y que a menudo es difícil de dotar de contenido. Sobre este concepto cfr. Hondius (2004).

- 38 Según el esquema de los arbitrajes colectivos introducidos por el RD 231/2008, art. 51 y seg.
- 39 Puede consultarse en: [http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_eurobar\\_en.htm#2004](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_eurobar_en.htm#2004). Otras cuestiones hacían referencia al coste, la duración y la complejidad del proceso judicial.
- 40 Anteproyecto de Ley de mediación en asuntos civiles y mercantiles del Ministerio de Justicia, 2009. Puede consultarse el texto en el sitio web del Libro Blanco: [www.llibreblancmediacio.com](http://www.llibreblancmediacio.com)

### **3.3. Legal principles of online consumer mediation in Catalonia**





# Exploring online consumer mediation in Catalonia: principles and technological uses

---

JOSEP SUQUET-CAPDEVILA\*

## Abstract

This work aims at recognising a leading role for online mediation as a method of consumer redress. Currently, mediation is set up as the previous phase of a binding and institutional arbitration system (the Consumer Arbitration Scheme) that is already in place in Spain. However, the White Book on Mediation in Catalonia shows that consumer mediation services are more widespread than consumer arbitration services. It also shows that mediation services have a high percentage of success, and companies prefer consensual, non-binding mechanisms. Today, consumer mediation has sufficient practical and conceptual independence from arbitration and therefore it is recommended that a consumer mediation scheme should be fostered. Thus, this article analyses what principles should guide such a regime, specifically in the online environment. The Consumer Code in Catalonia sets up some principles of consumer mediation. This article analyses the principles of impartiality, confidentiality, of voluntary participation and universality. Moreover, it explores whether other principles recognised at the European level may be taken into account, such as the principles of transparency, fairness and effectiveness. Furthermore, this article discusses interoperability and information security. This work also deals with current technological uses by consumer

---

\* Researcher, Institute of Law and Technology, Universitat Autònoma de Barcelona (IDT-UAB).  
E-mail: josep.suquet@uab.cat.

mediation providers and explores how technology may enhance those processes.

Keywords: online consumer mediation; Online Dispute Resolution (ODR); technological uses; principles of the process; Spanish Consumer Arbitration Scheme.

## 1 Introduction

Consumer complains keep on increasing year after year in Catalonia.<sup>1</sup> Reports from the Catalan Consumer Agency (ACC) show that consumer complaints increased more than 4% from 2009 to 2010<sup>2</sup> following a sharp increase of 40% in 2009<sup>3</sup> and of 8 % in 2008. Yet, it is well known that consumer complaints remain year after year less connected to courts. According to one of the latest European surveys, only 2 % of consumers do access courts for a consumer complaint, and only 7% of them ask for the advice of a lawyer.<sup>4</sup> Indeed, consumer complaints are usually of a low value. It is uneconomic to access formal sources of legal aid. Moreover, consumers do also experience concerns directly related to the lack of trust and misinformation.<sup>5</sup> Almost half of Europeans do not further complain after their complaint with the trader or provider is not resolved satisfactorily.<sup>6</sup> These data clearly shows that access to justice for consumers still needs to be improved.

In order to have a clear picture of consumer claims and their relation with mediation, the White Book on Mediation in Catalonia (WBMC) was launched in 2008 and ended in 2010. It analysed more than thirty thousand consumer mediation activities in the year 2008. Although the results and conclusions will not be reproduced here, the White Book demonstrates the importance of mediation in consumer affairs. It also shows that there is a concentration of claims against few and, big-sized companies, and that, accordingly there are conflicts with the consumer as the weaker party. Additionally, it is important to highlight that the WBMC reports a low incidence of face-to-face mediation; the vast majority of mediations are

---

<sup>1</sup> Some of the figures analysed in this essay are taken from Chapter 5 of the White Book on Mediation in Catalonia, directed by professor I. Barral Viñals, and titled Mediation in Consumer Affairs (*La mediación en el ámbito de consumo*). I. Barral Viñals and J. Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P. Casanovas, J. Magre, M<sup>a</sup> E. Lauroba (ed), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya. edn, Huygens 2011) 301-370. (For access, please visit: <http://www.libreblancmediacio.com/>).

<sup>2</sup> Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011) 2.

<sup>3</sup> Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2009* (2010) 2.

<sup>4</sup> European Commission, *Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011) 45.

<sup>5</sup> Asked about the main reason for not complaining about problems encountered, 29% of Europeans did respond that the sums involved were too small. But also, 27% of Europeans considered that it was unlikely to get a satisfactory remedy to the problem encountered, and 10% considered that they did not know where to complain. Ibid 46.

<sup>6</sup> Ibid 45.

undertaken by means of distance communication. Consumer cross-border complaints are almost always undertaken through distance means of communication.<sup>7</sup>

Relational justice mechanisms like mediation have not been recognised and fostered as a proper system of consumer redress until quite recently in Spain.<sup>8</sup> Instead, the Spanish legislator considered arbitration as the proper way to enforce the constitutional mandate of establishing “efficient systems of consumer redress”.<sup>9</sup> For almost twenty years, the Spanish legislation has been strongly dominated by the setting up of an institutional arbitration scheme.<sup>10</sup> The Consumer Arbitration Scheme (CAS) was considered as the best way to treat the consumer – company imbalances and, therefore, to solve consumer complaints.<sup>11</sup> Some of its main features are its binding nature, its voluntary participation, and its anti-formalist nature. However, the Consumer Arbitration Scheme (CAS) has some drawbacks. For instance, only consumers may initiate a complaint under that scheme, and not the companies.<sup>12</sup> This fact generates passivity and lack of interest of companies to the scheme.<sup>13</sup> It also generates distrust of companies to the public consumer body and it may lead companies to consider public consumer bodies as coercive powers rather than impartial entities. Furthermore, the CAS scheme has also been considered as a speedy process. However, a six-month time limit for rendering an award is too long.<sup>14</sup> Furthermore, the legislator has recently implemented the possibility of appealing the admission decision, which may introduce less flexibility and slow down the process.<sup>15</sup> A virtual arbitration system where

<sup>7</sup> Barral Viñals and Suquet Capdevila, (n1) 358. The WBMC reports that 70% of complaints are related to few big-sized companies running services in sectors such as telephone/Internet, utilities, commerce and air transport; 40% of those complaints are related to the first category. In the cross-border sector, a staggering 63% is related to air transport. *Ibid* 320.

<sup>8</sup> On the concept of relational justice, see Pompeu Casanovas and Marta Poblet, ‘Concepts and Fields of Relational Justice’ in Pompeu Casanovas and others (eds), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008).

<sup>9</sup> Article 51.1 of the 1978 Spanish Constitution.

<sup>10</sup> Initially, this was regulated by *Ley 26/1984, de 19 de Julio, General para la defensa de los consumidores y usuarios, GLDCU* (General Law of Consumers and Users) and by *Real Decreto 636/1993 de 3 de Mayo de 1993*. Today, this is regulated by *Real Decreto (RD) 231/2008 de 25 Febrero de 2008, por el que se regula el sistema arbitral de consumo*.

<sup>11</sup> The Spanish legal doctrine analysing the Consumer Arbitration Scheme is very wide. See Pablo Cortés. ‘Developing Online Dispute Resolution for Consumers in the EU: A Proposal for the Regulation of Accredited Providers’ (2010) 19(1) *International Journal of Law and Information Technology* Vol. 19 No. 1, 2010 1. In Spanish, see Esteban de la Rosa, Fernando and Orozco Pardo, Guillermo (Eds.), *Mediación y arbitraje de consumo. Una perspectiva española, europea y comparada*, vol 713 (Gobierno de España, Ministerio de Justicia, Tirant lo Blanch 2011). See also Marta Blanco Carrasco. ‘La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro’ (2009) *Anuario Jurídico y Económico Escurialense XLII* 2009 129. On the contrary, the legal doctrine on consumer mediation has received less attention, perhaps with few exceptions such as the work by Marta Blanco Carrasco, *Mediación y consumidores* (Instituto Nacional de Consumo, 2005).

<sup>12</sup> However, RD 231/2008 has introduced the possibility for companies to counterclaim consumers.

<sup>13</sup> Barral Viñals and Suquet Capdevila (n 1) 362-364.

<sup>14</sup> Article 49.1 RD 231/2008.

<sup>15</sup> Article 36 RD 231/2008.

all communications are performed electronically has been set up. However, there is not sufficient data yet for analysing its success.<sup>16</sup> The CAS scheme is also a process free of costs. However, in order to afford public spending the introduction of a tax has been suggested.<sup>17</sup> As regards the arbitration agreements, companies may be incorporated in the Consumer Arbitration Scheme before the dispute arises.<sup>18</sup> Moreover, a company that has not joined the scheme may voluntarily submit to the process once it receives a consumer complaint.<sup>19</sup> By joining the scheme, the company is awarded an official logo, which is deemed to build a good reputation for the company,<sup>20</sup> and the company is registered in a public list.<sup>21</sup>

Within the CAS scheme, mediation has been implemented as the first and preceding phase that parties may try before the dispute escalates into arbitration.<sup>22</sup> However, consumer mediation has gained conceptual and practical independence from arbitration over the past years.<sup>23</sup> Empirical research shows that there is a vast majority of mediated affairs that do not pass later to arbitration. This shows that companies prefer non-binding mechanisms.<sup>24</sup>

Today, it might be considered that relational justice mechanisms like mediation may be particularly suited to manage and solve consumer disputes. At the European level, it has been recognised that ADR mechanisms can provide cheap, simple and quick solutions to consumer disputes.<sup>25</sup> The collaboration between consumers and companies in a B2C dispute may fulfil the ideal of the culture of dialogue, and the intervention of an independent mediator may overcome some concerns of the unbalanced powers existing between them. The traditional shortcomings of the Administration of Justice, coupled with some drawbacks of the Spanish Consumer Arbitration Scheme (CAS), as well as new demands of a society

<sup>16</sup> Chapter 5 RD 231/2008. <http://www.arbitrajedeconsumo.mspsi.es/>

<sup>17</sup> The scheme is free of cost for both consumers and companies except the expenses incurred in the evidence phase which shall be borne ex parte by the person who proposed it as stated. See Art. 45 RD 231/2008. Barral Viñals and Suquet Capdevila (n 1) 364.

<sup>18</sup> Cortés, 'Developing Online Dispute Resolution for Consumers in the EU: A Proposal for the Regulation of Accredited Providers' (n 11) 15.

<sup>19</sup> The different types of arbitration agreements are referred to in articles 24-32.

<sup>20</sup> C. J. Maluquer de Motes, 'El arbitraje de consumo como instrumento de calidad al servicio del consumidor y del empresario' in C. E. Florensa Tomás (ed), *El arbitraje de consumo* (Tirant lo Blanch 2004).

<sup>21</sup> Article 36 RD 231/2008.

<sup>22</sup> Article 38 RD 231/2008.

<sup>23</sup> I. Barral Viñals, 'The online dispute resolution system: E-consumers and individual redress in the EU' in James Devenney and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection, Theory and Practice* (Cambridge University press 2012) 13-14.

<sup>24</sup> In fact, only 6.96% of mediations without agreement are derived into arbitration. And only 4.26% of the total amount of mediated affairs are derived into sanctioning bodies. Analysed data from Barral Viñals and Suquet Capdevila, (n1) 327.

<sup>25</sup> European Commission and DG Sanco, *Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union* (2011) 2.

increasingly dynamic and complex, require a new level playing field in the consumer complaints arena.

It is interesting to note that the prediction of some leading authors about maintaining the processes of ODR & ADR in as a close synergy as may be practicable, and encouraging the future evolution in parallel of those systems seems to be gaining acceptance.<sup>26</sup> The new legislative proposals on ODR and ADR of the European Commission develop a common regime for offline and online as well as for consensual and adjudicative methods while creating, for cross-border e-commerce transactions, an online platform as an interactive website that offers a single point of access to consumers and traders who seek to resolve their dispute out-of-court.<sup>27</sup> Any future regulation on consumer mediation, like the one analysed in this work, will have to be adapted to their rules.<sup>28</sup>

This work aims at fostering the use and recognition of online mediation as a consensual and effective method of dispute resolution in the consumer field. Since this research follows the WBMC, the scope of study refers specifically to the territory of Catalonia, even though when needed, this is compared to other legal regimes. Section 2 contains a regulatory framework and uncovers what entities from both the public and private sector provide consumer mediation services. Section 3 explores some technological uses of consumer mediation providers, whereas section 4 explores the principles of online consumer mediation. In Catalonia, consumer mediation is legally recognised by the Consumer Code and some principles are set up there (4.1). Further to analysing those principles, this work explores whether other principles should be included, such as the principles of transparency, effectiveness and fairness (4.2). Moreover, this work takes into account some technological principles such as the principle of interoperability and the principle of information security (4.3). Finally, some conclusions are presented (5).

---

<sup>26</sup> Arno R. Lodder and others. 'Towards Standardisation of Online Dispute Resolution Tools' (Expanding the Horizons of ODR. Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop 08) CEUR Workshop Proceedings Series, Firenze 2008) 8.

<sup>27</sup> See Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Alternative Dispute Resolution for Consumer Disputes and Amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Proposal for a Directive on consumer ADR) SEC (2011) 1408, and Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Online Dispute Resolution for Consumer Disputes (Proposal for a Regulation on consumer ODR) SEC (2011) 1408.

<sup>28</sup> This author considers that a different approach to consensual and adjudicative methods should be preferable, such as the approach undertaken by the European Commission Recommendation of 30 March 1998 on the principles applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes (98/257/EC) OJ L115/31 and the Commission Recommendation of 4 April 2001 on the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes (2001/310/EC) OJ L109/56. See Josep Suquet Capdevila. 'Online Dispute Resolution (ODR): Una visió jurídica del estado del arte tecnològic' (2010) *Rev. Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje*, 1-2010, T XXII, pp 57-80.

## 2 Mediation versus arbitration in the consumer arena

### 2.1 *A regulatory framework*

Consumer mediation in Catalonia falls within its exclusive competence. Article 106 of the Catalan Statute of Autonomy states that “the Catalan Government may set up mediation and conciliation tools and procedures for solving conflicts in the scope of its competences.”<sup>29</sup> Furthermore, article 123 of the same Statute of Autonomy states that consumer affairs are matters of the competence of the Catalan Government and this “includes regulation of bodies and procedures of consumer mediation”.

The Consumer Code in Catalonia contains some dispositions on ADR in consumer affairs with the aim at fostering its use.<sup>30</sup> It also sets up a mandate for the Catalan Government to further develop those rules by regulating the consumer mediation process and creating the rules as regards the beginning, development and ending of the proceedings, as well as the effects of consumer mediation.<sup>31</sup> Moreover, Act 15/2009 establishes a general framework for private law mediation in Catalonia that is applicable as long as their dispositions do not collide with consumer mediation dispositions or principles.<sup>32</sup> For instance, one clear collision derives from the limitation to online mediation when this Act states that the parties and the mediator must personally attend the meetings and “only in exceptional situations where the simultaneous presence of parties is impossible they may use technical means that facilitate distance communication”.<sup>33</sup> The rules on consumer mediation must enable the use of ICT and permit those proceedings to be online.

The Consumer Code establishes that consumer disputes are “channelled mainly through the use of consumer mediation and arbitration”, notwithstanding subjects or areas that “have public systems of ADR”.<sup>34</sup> Thus, this recognises sector-oriented consumer ADR schemes such as in the telecommunication or in the financial services sector. However, the limitation to public schemes seems to be unjustified. For one thing, the same Consumer Code considers that “The administration should encourage the adoption of codes of conduct as an instrument of self-regulation and co-regulation to improve consumer protection (. . .)”.<sup>35</sup> And later on, it

<sup>29</sup> *Llei Orgànica 6/2006 de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya* (Statute of Autonomy of Catalonia).

<sup>30</sup> The Consumer Code of Catalonia was approved by *Llei 22/2010 de 20 Juliol, del Codi de Consum de Catalunya*. (See Book I, Title III, articles 131-1 to 133-5).

<sup>31</sup> Final Disposition 2, Consumer Code.

<sup>32</sup> *Llei 15/2009, de 22 de juliol, de mediació en l'àmbit del Dret privat* (of Mediation in Private Law).

<sup>33</sup> Article 8 of Llei 15/2009.

<sup>34</sup> Article 131-2 Consumer Code.

<sup>35</sup> Article 311-2 Consumer Code.

establishes that the Consumer Administration may create and award quality labels that may be linked, where appropriate, to codes of conduct.<sup>36</sup> Moreover, co-regulation is fully recognised where several codes of conduct employing consumer ADR schemes exist.<sup>37</sup> Furthermore, other European experiences show private schemes dealing with B2C complaints.<sup>38</sup>

## 2.2 Providers of consumer mediation services

The Consumer Arbitration Boards are those public bodies entitled to manage the Consumer Arbitration Scheme and, particularly, are the ones that select the arbitration bodies that will eventually dictate an arbitration award.<sup>39</sup> They are also due to ensure the recourse to mediation as a previous phase of arbitration.<sup>40</sup> Moreover, there are also bodies, belonging either to the administrative or the private sphere distributed throughout the territory that are devoted to consumer protection. These bodies, named Consumer Public Services (CPS) are due to mediate in consumer conflicts as well as to elevate complaints to the competent Consumer Arbitration Board in order to initiate an arbitration process.<sup>41</sup>

The vast majority of consumer mediations are undertaken in the public sector,<sup>42</sup> either by the Catalan Consumer Agency or, on a local basis through the OMICs or the OCICs' offices.<sup>43</sup> However, there are also private, not-for-profit entities such as consumer associations that are devoted to offer advice, information and eventually mediation services to consumers.<sup>44</sup> Besides these entities, the self and co-regulation field shows some examples

<sup>36</sup> Article 311-2.3 Consumer Code.

<sup>37</sup> For instance, see the trust mark scheme, Confianza Online. See <http://www.confianzaonline.es>.

<sup>38</sup> For one thing, consumer associations in Italy have a regulatory power and can agree with professionals on codes of conduct, adopt conciliatory bodies and adopt their own procedures. See Nicola Scannicchio, 'La Conciliazione Extragiudiziale Italiana Nell'Esperienza Dell'A.D.R. Europeo' in Fernando Esteban de la Rosa and Guillermo Orozco Pardo (dir), *Mediación y arbitraje de consumo. Una perspectiva española, europea y comparada* edn, Tirant lo Blanch 2010) 253-306.

<sup>39</sup> In the whole country, there are seventy-three arbitration boards disseminated throughout the Spanish territory, one centralised at the National Consumer Institute, one representing each autonomous region and several ones located at the local level. In Catalonia, there is the Catalan Consumer Arbitration Board as well as eight Arbitration Boards working at the local level. See, for the Catalan Consumer Agency, <http://www.consum.cat>.

<sup>40</sup> Article 6 RD 231/2008. The distribution of competences among those bodies is set up in article 8 of RD 231/2008.

<sup>41</sup> Article 126-10 Consumer Code.

<sup>42</sup> In fact, more than 94% of mediations undertaken in Catalonia might be attributed to administrative bodies of consumer protection, and only 5.6% might be attributed to consumer associations.

<sup>43</sup> OMICs stands for *Oficina Municipal d'Informació al Consumidor*; whereas OCICs stands for *Oficina Comarcal d'Informació al Consumidor*. In Catalonia, some of these bodies develop their activities according to delegation agreements with the Catalan Consumer Agency (ACC). Other local and public entities (*Oficina d'Atenció al Ciutadà*) are not considered as Consumer Public Services. The latter do not mediate on consumer claims. Barral Viñals and Suquet Capdevila (n 1) 337.

<sup>44</sup> Article 127-4 c) Consumer Code recognises that consumer organisations are entitled to manage conflicts in the consumer area, specifically through mediation.

of private organisations that provide with information and mediation services to some consumers such as some codes of conduct arising under Directive 2000/31/EC.<sup>45</sup> As regards cross-border complaints, the European Consumer Centre (CEC) in Spain offers information, advice and mediation services to consumers, namely to those nationals who acquire goods or use services in a Community state other than Spain or to those citizens of a Community state who purchase goods or services in any part of Spain.<sup>46</sup> There are some telematic unattended computer terminals in strategic locations with heavy tourist traffic that provide users with information. In Catalonia, the Catalan Consumer Agency also provides advice and mediation to cross-border consumer complaints.<sup>47</sup>

### 3 Technological uses in consumer mediation

The empirical research in the WBMC underlines several questions regarding the technological uses in consumer mediation.<sup>48</sup> First, low-value consumer complaints are specially suited to be dealt with ICT tools. Moreover, the typology of consumer claims (few big-sized companies running similar services against thousands of consumers facing similar problems) indicates that most consumer complaints may be easily standardised. This is important since standardisation enables mediation entities to classify conflicts, use online forms, employ assisted mechanisms, or build up adequate domain ontologies in order to implement a fully automated process. Second, most mediations in Catalonia are undertaken by distance communication means, even though those are basic tools such as telephone or emails. There are no examples of web 2.0 tools; neither web platforms nor automated processes are in place. Chats or electronic boards have not been found. Private not-for-profit consumer mediation providers do not either use such tools.<sup>49</sup> Yet, one of the leading online trust mark schemes has an online application form, and all communication can be done through emails. However, they do not employ chats, forums, electronic boards etc.<sup>50</sup> Moreover, the ACC has an online application form and a

---

<sup>45</sup> Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce) (2000) OJ L178/1. Examples may be found with Confianza Online (<http://www.confianzaonline.es>) or Óptima Web Code of conduct (<http://www.optimawebanetcom.es>).

<sup>46</sup> The CEC is part of the ECC-Net. See [http://ec.europa.eu/consumers/ecc/about\\_ecc\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/ecc/about_ecc_en.htm).

<sup>47</sup> In 2008, of the 30755 consumer mediations undertaken in Catalonia there were 972 cross-border mediations done by the European Consumer Unit at the ACC. Ibid 317.

<sup>48</sup> Barral Viñals and Suquet Capdevila, (n1) 358, 360. Also see, M. Poblet and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in P. Casanovas, J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011) 967.

<sup>49</sup> For instance, one of the most remarkable consumer associations in Spain does not display electronic complaining forms. See <http://www.ocu.es>.

<sup>50</sup> <http://www.confianzaonline.es>



videoconference facility service.<sup>51</sup> In conclusion, even if the majority of mediations are undertaken by means of distance communication, it is clear that consumer mediation providers, like ODR providers, do not fully exploit the ICT tools currently available in the market.<sup>52</sup>

Nevertheless, technology has a decisive role to play with consumer mediation services. The benefits of using IT to support dispute resolution have been widely exposed by the ODR literature.<sup>53</sup> When technology as the fourth party is appropriately implemented with a flexible and easy-friendly design, online mediation may enhance some of the benefits of offline mediation. As it has been stated, when the resolution of the dispute is assisted by ICT, there is no need to travel, which in turn reduces costs and increases access to justice.<sup>54</sup> Thus, online mediation may be an efficient tool for cross-border complaints where parties are located in far-away countries. However, this may also be particularly suitable to redress conflicts where parties are located in the same country or region, for internal judicial remedies are expensive, complex and time-costly. For instance, internal online mediation claims may overcome some concerns of consumers in face-to-face, joint sessions with company representatives. Yet, asynchronous ICT tools may entitle neighbouring parties to reply at their most suitable moment without fixing time arrangements with one another. Online mediation may also be time-efficient since it may take place shortly after the dispute arises. Other forms of redress such as litigation or arbitration may be slower and, therefore, may take place in at a later stage.<sup>55</sup>

IT may enhance the communication between the parties and the mediator, as well as with the dispute resolution provider. IT may also play a vital role in ensuring the smooth running of the mediation process. Towards these ends, different functionalities could be taken into account.<sup>56</sup> The system may monitor the sequence of the process, the times and the participation of the parties. It may also generate automatically the communications with the parties according to the time and sequence pre-established. Moreover,

---

<sup>51</sup> <http://www.consum.cat>. Article 126-12 Consumer Code sets out that the Government must facilitate the presentation and resolution of claims by electronic communication means.

<sup>52</sup> Josep Suquet and others, 'Online Dispute Resolution in 2010: a Cyberspace Odyssey?' (Proceedings of the 6th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop) '10 Huygens Editorial, Liverpool, UK 15 December 2010) 13.

<sup>53</sup> See Ethan Katsh and Janet Rifkin, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001); Colin Rule, *Online dispute resolution for business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002) 326; Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International : Schultess 2004) 384; J. Hörnle, *Cross-border Internet Dispute Resolution* (Cambridge University Press 2009) 86; A. Lodder and J. Zeleznikow, *Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology* (Cambridge University Press 2010); Pablo Cortés, *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011).

<sup>54</sup> *Ibid* 2

<sup>55</sup> *Ibid* 150.

<sup>56</sup> Poblet and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' (n 48) 967. Suquet and others, 'Online Dispute Resolution in 2010: a Cyberspace Odyssey?' (n 52) 5.

according to structured forms, the software may digitally represent the information of the process like the claim, offer, counteroffer and final agreement in a structured way. A registry of cases may make a transcription in digital format of the case in order to be usable in a later time. The database functionality allows the storage and retrieval of the cases. By confidential records, cases are preserved with confidentiality and persistence.

Furthermore, concerns of appropriateness must be taken into account in order to implement technological tools.<sup>57</sup> The end-users' needs and IT skills may be analysed, and those components may be introduced gradually. Online mediation should be implemented to assist the parties in a conflict, but offline opportunities should remain open in case one or both parties prefer a traditional way to solve their conflict. Different tools should be given to parties so that they freely choose the one that suits them better. A videoconference may be an effective tool, but it might be time consuming if no broad band is available. Cutting-edge telepresence mechanisms may be left for the foreseeable future.<sup>58</sup> Instead, as of today, simple emails or SMS may prove more than efficient if they are creatively used.<sup>59</sup> In addition, Web 2.0 tools were claimed as an opportunity for online dispute resolution since they are aimed at ODR's core functionality areas: communication, collaboration, and interactivity.<sup>60</sup> Indeed, both web 2.0 and web 3.0 technologies offer new forms to interact with the Web that are most relevant to resolving disputes online. For instance, they may help participants to gather resources to the mediation and help users to share and generate distributed content.<sup>61</sup> Some of their core features such as openness, standardization, free access, connectedness or crowdsourcing effects make possible to enrich consumer mediation services.<sup>62</sup> However, in practice consumer mediation providers are far from using social web or semantic web tools. Specifically, Public Administrations are not used to deal with such functionalities. In the meanwhile, Web 2.0 and 3.0 ODR pilot projects are a convenient option for initiating the implementation of

---

<sup>57</sup> K. Banks defines appropriate technologies as anything that is suited to the environment in which it is used. Ken Banks, 'Appropriate Mobile Technologies: Is Grassroots Empowerment for All?' in Marta Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 27.

<sup>58</sup> On holography applied to Online Dispute Resolution, see Susan Nauss Exon. 'The Next Generation of Online Dispute Resolution: The Significance of Holography to Enhance and Transform Dispute Resolution' (2010) 12.1 20 *Cardozo J. of Conflict Resolution* 19-53.

<sup>59</sup> This is the case, for instance, of the burst of SMS and mobile technologies in conflict management and crisis maps. See Marta Poblet, *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Marta Poblet ed, Series: Law, Governance and Technology Series, Vol. 2, Springer Verlag 2010).

<sup>60</sup> Colin Rule. 'ODR and Web 2.0' (2006) *Mediate.com* November 2011 <<http://www.mediate.com/articles/rule4.cfm>>

<sup>61</sup> Marta Poblet and others. 'ODR, Ontologies, and Web 2.0' (2011) 17(4) *Journal of Universal Computer Science*, Vol 17 N 4 621.

<sup>62</sup> *Ibid* 631.

those functionalities.<sup>63</sup> In any case, the implemented technology should respect the basic principles of the online consumer mediation process, which are dealt with below.

## 4 The principles of online consumer mediation

Consumer mediation is defined in article 132-1 of the Consumer Code as a “process characterized by the intervention of an impartial and expert third person, which aims at assisting the parties and facilitate them obtaining by themselves a satisfactory agreement.” Common principles of mediation, to which disputing parties and mediators are subject, are enshrined in article 132-2. These are the principles of voluntary participation, impartiality, confidentiality and universality. When analysing these principles, there are several aspects that should be dealt with. First of all, the principles contained in different standards, recommendations or legal dispositions governing mediation entail some tensions among them; when too broadly defined they may create confusion to the practicing mediator.<sup>64</sup> However, this may still happen with a detailed regulation. In short, mediation standards need to be clarified and studied as a whole system, although the possibility of creating a hierarchy of ethical concerns within a code of standards seems also suggestive.<sup>65</sup> In any case, those principles contained in the Consumer Code may pose some conflicting issues between them. Second, a comparative analysis shows that there are other principles encompassing a mediation process. Third, it is necessary to wonder whether there are specific principles of the online mediation process. Thus, it is briefly discussed whether it would be desirable to suggest the inclusion of additional principles to the consumer mediation process.

### 4.1 *Principles encompassed: voluntary participation and self-determination, impartiality, confidentiality and universality*

One of the core characteristics of a mediation process is that it is a process of a voluntary nature which empowers the parties to find their own self-determined resolution of the conflict. According to this, article 132-2-2 establishes that parties are free to initiate the process as well as free to withdraw from the process at any stage of it.

---

<sup>63</sup> The Ontomedia project aims to provide mediation experts and consumers with a semantically enriched mediation platform where they are able to interact, mediate, and retrieve useful information on related cases. Marta Poblet and others, ‘The Ontomedia Project: ODR, Relational Justice, Multimedia’ in D. Bourcier and others (eds), *Intelligent Multimedia. Managing Creative Works in a Digital World* (European Press Academic Publishing edn, 2010) 349.

<sup>64</sup> Susan Nauss Exon. ‘How can a Mediator be Both Impartial and Fair: Why Ethical Standards of Conduct Create Chaos for Mediators’ (2006) J. Disp. Resolution 387 46.

<sup>65</sup> *Ibid* 53.

The principle of impartiality refers to the absence of bias from the side of the mediator. Article 132-2-2 establishes that “the mediator has the duty to be impartial and therefore must help participants to achieve the relevant agreements without imposing any particular solution or concrete measure.” The same article also covers one of the aspects of the impartiality principle since it refers to the mediator’s conflicts of interest.<sup>66</sup> This represents a continuing obligation of disclosure of information that governs the mediator’s behaviour from the very beginning to the end of the process.<sup>67</sup> As a consequence of having a conflict of interest, the mediator must decline his intervention in the process.<sup>68</sup>

Beyond this, the Catalan regulation provides no further details regarding the scope of the principle of impartiality. Other legal instruments such as the new Proposal for a Directive on consumer ADR<sup>69</sup>, the EC Recommendation 310/2001<sup>70</sup> or the European Code of Conduct for Mediators<sup>71</sup> include, within that principle, some requirements on the mediator’s selection and appointment process. Accordingly, mediators must be appointed for a fixed term and not be liable to be relieved from their duties without just cause.

The principle of confidentiality is of key importance in a general mediation process.<sup>72</sup> The Green Book on Alternative Dispute Resolution recognises that the confidentiality principle guarantees a proactive attitude by the parties, and it is an essential condition for the good functioning of any ADR procedure.<sup>73</sup> The duty of confidentiality is conferred, first and mainly, to the third person mediator. He is not allowed to act later on as an arbitrator or as a witness in further proceedings arising out of or in connection with the mediation process.<sup>74</sup> This duty may also be extended to the service staff,<sup>75</sup> those involved in the administration of the process,<sup>76</sup> the administrative body and the ODR provider. This principle must govern the information security management system.<sup>77</sup>

<sup>66</sup> Also recognized in article 6.1.b of the Proposal for a Directive on consumer ADR.

<sup>67</sup> Article 2.2 European Code of Conduct for Mediators.

<sup>68</sup> Article 132-2-3 Consumer Code.

<sup>69</sup> Article 1.c Proposal for a Directive on consumer ADR.

<sup>70</sup> Principle II A Recommendation 2001/310/EC

<sup>71</sup> Article 2.2 European Code of Conduct for Mediators.

<sup>72</sup> Indeed, some authors consider that ADR processes could be named PDR processes as for Private Dispute Resolution procedures. See. Klaus Peter Berger, ‘Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.’ (Kluwer Law International 2006).

<sup>73</sup> European Commission *Green Paper on alternative dispute resolution in civil and commercial law* (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002).

<sup>74</sup> Article 132-2-4 Consumer Code.

<sup>75</sup> Such as establishes article 7.1 Llei 15/2009 on Mediation in Private Law.

<sup>76</sup> Article 7.1 of Directive 2008/52/EC of the European Parliament and of the Council of 21 May 2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (2008) OJ L/136/3.

<sup>77</sup> Comité Européen de Normalisation (CEN) *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E.) 25,43.

The duty to keep reserve includes all communications each party has made to the mediator within a specific caucus. Yet, it can also encompass other less explicit facts such as the behaviour shown by any of the parties during the process.<sup>78</sup> In addition, documents that have been developed in the course of the proceedings are also confidential. The Consumer Code establishes that the principle of confidentiality encompasses all information treated in the course of the mediation process as well as all documents and acts elaborated in the course of the same.<sup>79</sup> The confidentiality obligation falls also on both parties of the process, the company and the consumer.

The Consumer Code does not establish any exception to the confidentiality principle. However, in the B2C domain this principle must not be considered as absolute.<sup>80</sup> Consumer affairs are not strictly related to the core object of the person such as it happens with family aspects. Its fully extension in the field of B2C consumer mediation might be counterproductive since it may be partially opposed to concerns expressed by the principle of transparency. The latter principle requires that information is clearly displayed so that consumers make informed choices. The question is to determine which exceptions can be found to the principle of confidentiality. Confidentiality allows flexibility and motivates that companies feel more confident to enter ADR schemes, although it might decrease compliance rates. First of all, one may consider whether private autonomy applies here and if so, to what scope it does. Both Directive 52/2008 and the Green Paper on ADR, despite not strictly speaking in the consumer domain, establish that private autonomy may be taken into account to establish an exception to the principle of confidentiality.<sup>81</sup> It is understood that even in a consumer relationship where an imbalance appears, consumer and companies may, with the supervision of the third neutral mediator, agree to disclose some or all the information treated. Here, one may consider which party benefits the most from the confidentiality principle in the B2C relationship and may attribute that benefit to companies. It is true that companies at the international arena do accept most ADR procedures so far as their confidentiality principle is maintained; however, public policies may apply here as to counterbalance the disproportion between parties by limiting the extension of this principle. In Catalonia, mediation professionals consider that a minimal disclosure according to the good functioning of proceedings may be considered.<sup>82</sup> Another

<sup>78</sup> European Parliament. Legal Affairs Commission *Report on the proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters* (2007) 25.

<sup>79</sup> Article 132-2-4 and 5 Consumer Code.

<sup>80</sup> Berger, (n 72) . Similarly, Cortés, 'Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union' (n 53) 156.

<sup>81</sup> Article 7.1 Directive, and European Commission, 'Green Paper on alternative dispute resolution in civil and commercial law'.

<sup>82</sup> They also consider that confidentiality is difficult to achieve in the switch from mediation to arbitration. Barral Viñals and Suquet Capdevila (n 1) 335.

exception to the principle of confidentiality may be developed when the disclosure of information is necessary for the implementation of the agreement or when there are reasons of “overriding public policy”. In the scope of consumer affairs, the Public Administration may initiate sanctioning proceedings against companies infringing consumer norms. Therefore, when an administrative offence occurs and it is necessary to initiate administrative sanctions against the company, an exception to the principle of confidentiality should be set out.<sup>83</sup>

Furthermore, there is a debate on whether consumer mediation agreements should be disclosed and published. Institutionally, it seems that only certain statistical aspects of ODR providers like the number and nature of complaints received, their outcome and annual reports should be published.<sup>84</sup> However, certain consumer associations support the publication of the outcomes of mediation agreements.<sup>85</sup> Public interest as well as the necessary trust that must govern all B2C - ADR processes suggest that the principle of transparency also covers the publication of the mediation outcomes. Therefore, it might be more appropriate that decisions are published on the ADR/ODR provider’s web page, even though the consumer personal details are reserved.<sup>86</sup> The publication of the outcomes reached can also ensure clear benefits for both the consumer and the ADR/ODR provider; it may foster predictability of future agreements.<sup>87</sup> Moreover, it may generate a body of case law similarly to the ICANN’s Uniform Dispute Resolution Procedures. It would also help to control the quality of the agreement and, therefore, of the service.<sup>88</sup>

Finally, the Consumer Code recognises that the Catalan Public Administration must perform mediation activities according to the principle of universality, unless there are no further exceptions to this rule in other laws.<sup>89</sup>

#### 4.2 *Principles not encompassed: transparency, effectiveness and fairness*

The Consumer Code provides no reference to other principles usually enshrined by some European legal instruments and international standards.

<sup>83</sup> Ibid 336.

<sup>84</sup> As regards the transparency principle, see Article 7.2 of the Proposal for a Directive on consumer ADR. Also see, Section B. 5 of Recommendation 2001/310/EC. Moreover, American Bar Association (ABA) *Recommended best practices for online dispute resolution service providers* (2002) 3.

<sup>85</sup> BEUC, *Position on the Commission’s Green Paper on Alternative Dispute Resolution*, (BEUC/X/048/2002) 10.

<sup>86</sup> For instance, the Barcelona Consumer Arbitration Board publishes in its website a summary of the complaints and the arbitration awards without mentioning the consumer and company names and details. See <http://www.bcn.es/juntarbitral/ca/res-grans-empreses-1.html>.

<sup>87</sup> Cortés, ‘Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union’ (n 53) 156.

<sup>88</sup> J. Hörnle. ‘Online dispute Resolution in Business to Consumer E-commerce Transactions’ (2004) 2, *The Journal of Information, Law and Technology* (JILT) 4.

<sup>89</sup> Article 132-2-6 Consumer Code.

Of all, we consider the following as the most important principles to take into account as to govern the consumer mediation process. First, the principle of transparency is a basic principle in the activities undertaken by ADR/ODR providers and, especially, is of particular relevance in the field of electronic commerce.<sup>90</sup> In the B2C domain, the principle of transparency acts as a corollary of the right of information to consumers recognised in the current legislation, and that public authorities must protect.<sup>91</sup> Therefore, this principle governs all relationships where consumers intervene since it aims at allowing consumers to make informed choices, giving them the tools to protect themselves and, therefore, to empower them.<sup>92</sup> As we have already seen, transparency concerns may clash sometimes with the principle of confidentiality. When that happens, a detailed list of exceptions of the confidentiality principle may be of help. Furthermore, the superior interests of consumers may suggest that the principle of transparency be hierarchically superior to the principle of confidentiality.

Consumers must be clearly informed of all aspects of the mediation process so that they are able to evaluate the advantages and disadvantages of the ADR/ODR process. In particular, they have to be informed that they can freely choose between an ADR/ODR method or a court process; this is to say that they can choose the method that better adapts to their needs. Transparency is of fundamental importance in order to develop trust in B2C conflicts. In short, the principle of transparency acts as a method of indirect regulation. It may increase the consumer's benefits and, at the same time, increase the providers' competition.<sup>93</sup> Overall, this principle permits public authorities, regulatory agencies and consumer organisations to monitor the activity of the conflict resolution providers, evaluate their methods and services as well as to check out whether they comply with the Law.

Transparency is a polyhedral principle and can be presented from a formal and material point of view. As regards the formal point of view, information should be available in a clear, readable and understandable way.<sup>94</sup> This implies that all the necessary information must be easily accessible on the ODR/ADR provider's website, although it might be also printed at their premises.<sup>95</sup> This information should be able to be registered on a

---

<sup>90</sup> The principle of transparency is recognised in Article 7 of the Proposal for a Directive on ADR, the 2001/310/EC Recommendation as well as other international documents such as American Bar Association (ABA), (n 84) 2.

<sup>91</sup> See article 121-2 of the Consumer Code as well as article 8 and 17 of GLDCU. Also, see articles 5-8 of Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on services in the internal market (2008) OJ L 376/36).

<sup>92</sup> J. Calais-Auloy and H. Temple, *Droit de la consommation* (8e édition edn, Dalloz 2010, 8e édition) 25

<sup>93</sup> Kaufmann-Köhler and Schultz (n 53) 384.

<sup>94</sup> See Article 5 of the "Services Directive" for information requirements for contracts other than distance or off-premises contracts, Article 7 for the formal requirements for off-premises contracts and Article 8 for the formal requirements for distance contracts.

<sup>95</sup> Article 7 Proposal for a Directive on consumer ADR.

durable medium, and be saved in the parties' computer. Therefore, if necessary, the parties can access it a later time or print out before starting a procedure.<sup>96</sup>

From a material point of view, transparency may refer to several aspects, some of which may be covered under other ADR principles. For instance, the principle of transparency extends partially to the principle of impartiality and the conflicts of interest policies explained before. The principle of transparency also governs the characteristics of mediation as a method of ADR, and the basic principles of the process.<sup>97</sup> The ADR/ODR provider and the mediator must ensure that the parties understand, before the beginning of the process, the characteristics of the mediation, the mediator's role, and the rights and duties of the parties in the process. In particular, the legal value of any agreed settlement should be known by both of them.<sup>98</sup> Moreover, this information may include the rules of procedure, any deadlines for the submission of communications, the available communication means, the description of the types of disputes which may be referred to the body, any territorial or material limitations that may exist such as being a member of an organization or a mandatory previous internal claim. The value of the dispute, the potential cost of the procedure or the type of rules on which decisions are based should also be displayed.<sup>99</sup>

The principle of effectiveness is not recognised in the Consumer Code. This principle is referred to the organizational level of Public Administration, and by necessity refers to the optimal management of collective interests, service excellence and quality management. It may refer to the administrative procedure, as to its efficiency and speed, and as the citizen's satisfaction. The Proposal for a Directive on Consumer ADR and the 2001 EC Recommendation include it as a basic principle.<sup>100</sup> The effectiveness of the online consumer mediation process can be reduced essentially to the fulfilment of two notes or basic characteristics: accessibility and speed.

Firstly, accessibility implies that the ADR procedure is easily accessible for both parties irrespective of where each party is situated; therefore, those communication tools most commonly used by citizens must be allowed, including electronic means.<sup>101</sup> In fact, a consumer mediation

<sup>96</sup> Principle B 2 Recommendation 2001/310/CE. American Bar Association (ABA), (n 84) 2.

<sup>97</sup> Recommendation 2001/310/EC and section 7 of the Global Business Dialogue on Electronic Commerce (GBDEC), *The Miami Recommendations* (2000) sec7.

<sup>98</sup> Article 7.1 k) Proposal of Directive on ADR; Article 3.1 European Code of Conduct for Mediators.

<sup>99</sup> See Article 7.1 on the Proposal for a Directive on Consumer ADR. Also, see principle B of the Recommendation 2001/310/EC; American Bar Association (ABA), (n 84) 2.

<sup>100</sup> Article 8 Proposal for a Directive on Consumer ADR; Principle I.L.C.2 Recommendation 310/2001/EC.

<sup>101</sup> Article 8.a) Proposal for a Directive on Consumer ADR; Principle I.L.C.2 Recommendation 310/2001/EC.



process may be undertaken entirely online.<sup>102</sup> Accessibility also has its manifestation in the cost of the process. B2C mediation processes should be free or have a moderate cost and in any case proportional to the amount of the conflict.<sup>103</sup> In Catalonia and Spain, consumer mediations under the CAS scheme are free of cost, whereas mediations within consumer associations are free of cost as long as consumers pay a membership. In addition, the process must respect the wish of the parties as to be accompanied by a legal representative or not. This is a facultative aspect and not a mandatory one.<sup>104</sup>

Speed is also an essential aspect of the principle of effectiveness that imposes the duty to conduct a mediation process in the shortest possible time.<sup>105</sup> Currently, the Catalan regulation does not establish a time limit for achieving a mediation agreement.<sup>106</sup> However, when a mediation process is undertaken within the CAS scheme, the legislation sets out a one month suspension before the arbitrator may deliver the award, in order to try mediation.<sup>107</sup> The future Catalan regulation will have to take into account both EC proposals on consumer ADR and ODR. In short, the proposal for a Directive on consumer ADR sets up a period of ninety days from the date on which the ADR entity has received the complaint, even though this period may be extended in complex cases. In cross-border e-commerce complaints, the Proposal for a Regulation on ODR establishes a time limit of thirty days, even though this deadline may also be extended in complex cases.<sup>108</sup> This obligation may be also attributed to the parties that cannot excessively delay the proceedings without due cause. Moreover, this principle should inspire the actions of the mediator to terminate the procedure if it finds excessive or fraudulent delaying of the outcome of the process.

A consumer mediation process must also fulfil to some extent the idea of fairness.<sup>109</sup> Similarly to J. Hörnle's concept of procedural fairness in

---

<sup>102</sup> This author considers that Article 8 of Llei 15/2009 on Mediation in Private Law does not apply to B2C mediations; see supra paragraph 2.1. In Spain, online communications are perfectly valid. See *Ley 34/2002 de 11 Julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico* (on information society services and electronic commerce) or in the Public Sector, *Ley 11/2007, de 22 de Junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos* (on the electronic access of citizens to public services).

<sup>103</sup> Article 8 c) Proposal for a Directive on Consumer ADR. Also, principle II C.3 of Recommendation 310/2001.

<sup>104</sup> Article 8 b) Proposal for a Directive on Consumer ADR; Principle II.C.4 of the Recommendation 310/2001/EC.

<sup>105</sup> Article 8 d) Proposal for a Directive on Consumer ADR. Also, principle II.C.5 of the EC Recommendation 310/2001/EC.

<sup>106</sup> In the interviews of the WBMC, consumer mediators considered that mediations are too lengthy, and are keen to introduce time limitations. Barral Viñals and Suquet Capdevila (n 1) 337.

<sup>107</sup> Article 49.1 RD 231/2008.

<sup>108</sup> Article 8 d) Proposal for a Directive on Consumer ADR and Article 9 b) of the Proposal for a Regulation on consumer ODR.

<sup>109</sup> The principle of fairness is recognised in the Proposal for a Directive on Consumer ADR (Article 9.1).

online arbitration, the process of consumer mediation may also encompass an equal treatment of the parties.<sup>110</sup> According to this, the mediator must give both parties the opportunity to express their view and learn the opposite party's arguments.<sup>111</sup> The third neutral must also follow a rational approach in his assistance to the parties. Moreover, some mechanisms to counter-balance existing inequalities between the parties may be required. However, this latter aspect may pose some tensions with the impartiality principle and may accentuate the mediator's dilemma: how a mediator can be impartial when he needs to counter-balance the weaker positions of the parties.<sup>112</sup> In a consumer mediation process, it may be necessary to introduce concepts that have not been recognised in a general mediation process.<sup>113</sup> Therefore, the principle of fairness helps the parties, specially the weaker party, to make an informed choice before agreeing into a solution.<sup>114</sup>

### 4.3 *Technological principles*

In Catalonia, 94% of the online consumer mediation proceedings are undertaken in the public sector, either within the ACC or within the OMICs or OCICs.<sup>115</sup> Therefore, when dealing with electronic communications and online mediation proceedings, these public bodies must adopt their activity to the general principles of the e-Administration.<sup>116</sup> Spanish citizens have the right to access Public Administrations electronically and, accordingly, Public Administrations have the obligation to allow those electronic proceedings. However, this does not preclude citizens from accessing Public Administration in traditional ways.<sup>117</sup> The consumer mediation process has to be quick, flexible and accessible, and, therefore, it should be advised not to add excessive technological requirements that may hinder it. There are two main principles that should be maintained in an

<sup>110</sup> See Hörnle, 'Cross-border Internet Dispute Resolution' (n 53) 2-8.

<sup>111</sup> This aspect is set out by Article 9.1 of the Proposal for a Directive on Consumer ADR.

<sup>112</sup> Susan Nauss Exon. 'The effects that mediator styles impose on Neutrality and Impartiality Requirements of Mediation' (2008) 42 Winter 2008 University San Francisco Law Review 578, 613.

<sup>113</sup> In the United States, Susan Exon illustrates how current ethical standards on civil mediation introduce fairness related concepts and fair-oriented solutions. Ibid 613.

<sup>114</sup> Article 9.2 Proposal for a Directive on Consumer ADR establishes that in an ADR procedure aiming at resolving the dispute by suggesting a solution, the ADR body must inform the consumer about different aspects. For instance, the consumer has to be informed that he can choose whether to agree or not to a suggested solution, or that the suggested solution may be less favourable than an outcome determined by a court applying legal rules. In addition, the parties should be informed of the legal effect of such agreement.

<sup>115</sup> See *supra* 2.2.

<sup>116</sup> *Ley 11/2007, de 22 de Junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos* (on the electronic access of citizens to public services); *Llei 29/2010, del 3 d'agost, de l'ús dels mitjans electrònics al sector públic de Catalunya* (regulating electronic communications in the Catalan Public sector) and *Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica* (on electronic signature). Moreover, *Decret 56/2009, de 7 d'abril, per a l'impuls i el desenvolupament dels mitjans electrònics a l'Administració de la Generalitat* develops *Ley 11/2007*.

<sup>117</sup> See Article 4 of *Ley 11/2007*.

institutionalised online consumer mediation process. Private mediation providers may also follow these principles.

#### 4.3.1. *Principle of interoperability*

Interoperability is referred to as “the ability of information and communication technology (ICT) systems and of the business processes they support to exchange data and to enable the sharing of information and knowledge.”<sup>118</sup> Interoperability concerns in the digital transmission and interchange of data have become of key importance in the e-Administration.<sup>119</sup> These aspects may be extended to institutional online consumer mediation processes. The digital circulation of agency may be necessary in an internal or external progression.<sup>120</sup> In the former case, after a CAS process has ended, the Consumer Public Administration may initiate sanctioning proceedings against the company that has infringed some regulations. In the latter case, if a mediation agreement has not been voluntarily complied with and one of the parties wants to initiate enforcement of the agreement, an external post-dispute system may be initiated. Moreover, a consumer mediation process initiated at a local information office such as an OMI or OCIC could be handled over to the Catalan Consumer Agency (ACC) so that the ACC initiates the arbitration proceedings. Furthermore, this may be also applicable in a progression from private to public schemes. Thus, a dispute starting in a consumer association may escalate into institutional arbitration within the CAS public scheme. In the cross-border scenario, a dispute mediated by the European Consumer Unit at the ACC may, within the ECC Net, eventually reach any other Member State’s central point.

Accordingly, an interoperability principle should be recognised in an online mediation process by which, among other aspects, it recognises that the institutional online mediation provider uses open standards of communications or standards that are widely used by citizens.<sup>121</sup> Citizens may be free to choose those communication systems as long as they use open standards or widely used standards.<sup>122</sup> Therefore, for such an interaction, OdrXML (Extensible Mark Up Language, XML) or different

<sup>118</sup> European Commission, *European Interoperability Framework for Pan-European eGovernment Services* (v1, 2004) 5.

<sup>119</sup> See Francesco Contini and Giovan Francesco Lanzara, *ICT and Innovation in the Public Sector. European Studies in the Making of e-Government* (Francesco Contini and Giovan Francesco Lanzara (eds), Palgrave MacMillan 2009).

<sup>120</sup> On the digital circulation of agency, see Richard Mohr and Francesco Contini. ‘Reassembling the Legal. The Wonders of Modern Science in Court-Related Proceedings’ (2011) 20, 4 Griffith Law Review 996, 1010.

<sup>121</sup> Article 4 i) Ley 11/2007. Moreover, see Real Decreto 4/2010, de 8 de enero, por el que se regula el esquema nacional de interoperabilidad en el ámbito de la administración electrónica (National Interoperability Scheme) (Article 11).

<sup>122</sup> Article 6.2.k) Ley 11/2007. Article 11.5 National Interoperability Scheme.

protocols based on web service technologies would provide substantial potential.<sup>123</sup> Moreover, the provision of online public services goes far beyond putting online what is currently delivered offline. It also involves the design of effective ICT infrastructures and the creation of institutionally embedded communication systems.<sup>124</sup> Similarly, institutional online consumer mediation providers should adapt their activity to organisational interoperability criteria and recommendations.<sup>125</sup> Yet, there are further aspects that those bodies should take into account such as criteria governing the conservation and reuse of electronic documents.<sup>126</sup> Overall, interoperability must adapt to the legislation on data protection.<sup>127</sup>

#### 4.3.1. *Principle of information security*

In an online consumer mediation process, there are some information security requirements that should be observed.<sup>128</sup> The communications of the parties, for instance, by way of text message or streaming video-conference may be monitored, intercepted, altered or even destroyed. This may also happen with mediated agreements.<sup>129</sup> Consequently, the online procedure must fulfil security requirements concerning privacy, integrity and authenticity.<sup>130</sup> Moreover, non-repudiation is also required, which means that parties cannot deny having received a communication. Yet, the system information should be available when needed. Different technologies should be taken into account such as systems of public and private keys for encryption technologies, systems of public and private keys in digital signatures as well as hash functions. Firewalls may be of use in order to prevent access to data stored. From the user perspective, functions associated with security should have, beyond the agreed level of security, a maximum level of transparency and involve minimum effort.<sup>131</sup> Those requirements should allow the flexibility of a mediation process.

<sup>123</sup> Comité Européen de Normalisation (CEN) (n 77) 28.

<sup>124</sup> Francesco Contini and Giovan Francesco Lanzara, 'Introduction' in Francesco Contini and Lanzara Giovan Francesco (eds), *ICT and Innovation in the Public Sector. European Studies in the Making of E-Government* (Palgrave Macmillan 2009) 2.

<sup>125</sup> Chapter III and VI National Interoperability Scheme.

<sup>126</sup> Article 38 Decret 56/2009. Chapter X National Interoperability Scheme.

<sup>127</sup> Article 4.1 Ley 11/2007.

<sup>128</sup> Article 4 f Ley 11/2007 establishes the principle of security in the implementation and use of electronic means in Public Administrations.

<sup>129</sup> On this issue, see Comité Européen de Normalisation (CEN), (n 77).

<sup>130</sup> Privacy means that no one without permission has had access to the communication; integrity refers to the fact that the content has not been modified by someone else. Authenticity refers to the genuineness of data; which means that it has the same origin as it is claimed.

<sup>131</sup> European Commission, 'European Interoperability Framework for Pan-European eGovernment Services' 8.

In particular, one of the main problems in this field is related to the question of online legal identity.<sup>132</sup> Currently, there are many technologies that can provide a robust technical solution even though such solutions are not necessarily acceptable from a legal point of view.<sup>133</sup> Institutional bodies should employ those systems that are more flexible and less burdensome for the parties while legally valid.<sup>134</sup> The use of advanced electronic signatures which are based on qualified certificates may be a reasonable option from the legal perspective. However, it may be difficult to implement it technologically. Moreover, the electronic National Identity Card (e-ID) may be a fare option for a consumer mediation process. The electronic Identity Card credits the holder's identity and the message integrity of signed documents. Once the citizen is being identified by the administration, other communications will not have further identification requirements.<sup>135</sup> Moreover, in order to maintain the flexibility and accessibility of a consumer mediation process, it would be necessary to consider the use of simple systems, commonly used in other fields of e-commerce, such as those based on user names and passwords.<sup>136</sup>

## 5 Conclusions: future trends in online consumer mediation in Catalonia

Today, mediation is an efficient and well-suited method of consumer redress. Mediation is widely used in Catalonia and has a high efficiency rate for solving conflicts.<sup>137</sup> Empirical research shows that parties prefer relational justice mechanisms rather than more formal and static ones. The European Commission has stressed that flexible systems are essential, and efficiency, speed and low cost are the main incentives for both business and consumers for using ADR schemes.<sup>138</sup> Practice in other European

---

<sup>132</sup> I. Barral Viñals, 'Hacia la mediación electrónica (a propósito de la mediación electrónica institucional en derecho de consumo)' in E. Lauroba, I. Barral and I. Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Justicia y sociedad; 33, Generalitat de Catalunya. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada 2011) 284.

<sup>133</sup> Richard Mohr and Francesco Contini (n 119) 1002.

<sup>134</sup> On the regime of electronic signatures in Spain, see Ignacio Alamillo Domingo and Xavier Urios Aparisi, 'El nuevo régimen legal de gestión de la identidad y firma electrónica por las Administraciones Públicas' in L. Cotino Hueso and J. Valero Torrijos (eds), *Administración electrónica. La Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos y los retos jurídicos del e-gobierno en España* (Tirant lo Blanch 2010) 657.

<sup>135</sup> Barral Viñals, 'Hacia la mediación electrónica (a propósito de la mediación electrónica institucional en derecho de consumo)' (n 132) 286.

<sup>136</sup> Article 16 Ley 11/2007 admits less burdensome systems of electronic signature.

<sup>137</sup> Consumer mediations have a percentage of success of more than fifty per cent. Barral Viñals and Suquet Capdevila (n 1) 301-370.

<sup>138</sup> European Commission and DG Sanco, 'Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union'.

countries suggests that consensual methods of consumer redress are more suitable than adjudicative methods; arbitration is less used in this area.<sup>139</sup> Moreover, concerns of proportionality have also been suggested as for not employing arbitration in disputes below a certain economic amount.<sup>140</sup>

In Catalonia, consumer mediation services are mostly undertaken by distance communication means, even though by basic tools such as telephone or emails. Indeed, consumer mediation providers do not take the most of current technology that may support and enhance the consumer mediation process. For instance, there are no examples of entities employing chats, electronic boards or voice over IP tools. Moreover, web 2.0 tools are not employed either. In the short run, mediation providers could work towards designing a systematisation of the process and services. This would require a necessary effort of conceptualisation that would direct to analysing what technology could be more suitable to the different parts of the process. This would also turn to the provision of a better assistance to the parties and to the mediator. Practically, this could consist of the implementation of either online complaint forms, which could assist the parties in the classification claim, or adequate domain ontologies to automate the process. Technological functionalities could ensure the smooth running of the mediation process. Automated flow monitoring, registry of cases, structured forms or automated messages to the parts are some examples. In any case, appropriate technologies may take into account the end-users' needs and IT skills and must be introduced gradually. Overall, technology should take into account the principles of a consumer mediation process.

According to the exclusive competences of the Catalan Government, a scheme covering consumer mediation activities could be promoted in Catalonia. This could encompass mediation activities undertaken by public and private entities. Entities complying with these norms could be granted a seal of quality that could be displayed in all their contact activities.<sup>141</sup> Either consumers or companies could initiate mediation services; this would probably enhance traders' confidence in such a scheme. In order to obtain ADR awareness for both business and consumers, a registry for public and private mediations could also be set up.<sup>142</sup> Moreover, a web site and advertising activities could be implemented.

---

<sup>139</sup> In France, see Calais-Auloy and Temple, (n 92) 618. In the UK, Danny Mc Fadden, 'Arbitraje de consumo en el Derecho anglosajón', *Mediación y arbitraje de consumo. Una perspectiva española, europea y comparada* (Esteban de la Rosa, Fernando; Orozco Pardo, Guillermo edn, Tirant lo Blanch 2010) 251.

<sup>140</sup> Hörnle, 'Cross-border Internet Dispute Resolution' (n 53) 250; Thomas Schultz, 'Internet Disputes, Fairness in Arbitration and Transnationalism: A Reply to Julia Hörnle' (2011) Vol 19(2) *International Journal of Law and Technology* 11.

<sup>141</sup> Currently, seals of quality in the electronic commerce area remain largely national-based (e.g., private entities such as Confianza Online in Spain, Trusted Shops in Germany (<http://www.trustedshops.com>) or Safebuy in the UK (<http://www.safebuy.org.uk/>)).

<sup>142</sup> As established by article 126-11 of the Consumer Code.

Besides dispositions governing Chapter II of the Catalan Consumer Code, the Government could either issue a set of hard law or promote a collaborative process to implement a code of conduct by means of co-regulation. This legal instrument should also take into account different European and international initiatives, specifically those dispositions contained in the future EC Directives on consumer ADR and ODR and, in the meanwhile, in the EC Recommendation 310/2010. Further to some principles enshrined in the Catalan Code of Consumer, namely the principles of impartiality, universality, confidentiality and voluntary participation, this body could also take into account other principles such as transparency, effectiveness and fairness. In short, the principle of transparency could be reported as hierarchically superior to the principle of confidentiality, and some exceptions of the latter principle could be detailed. In order to fulfil the principle of effectiveness, a time limit should be implemented. Accessibility concerns should recognise online processes with a free or moderate cost. Yet, some detailed dispositions on the mediator selecting process could be added to the principle of impartiality. As regards the principle of fairness, such a process could encompass an equal treatment of the parties, a rational approach of the third neutral and a counter-balanced mechanism to the inequalities of the parties. In short, this could encompass ensuring fair decisions and balancing powers to the mediator. Furthermore, public providers of online consumer mediation are due to follow technological principles enshrined in e-Government. Concerning interoperability, online mediation providers should use open or widely used standards and must allow citizens to use open or widely used standards they choose. Beyond technological interoperability aspects such as the conservation and reuse of electronic documents, those providers should work towards creating an institutional and organisation interoperability scheme. The measures regarding information security should be transparent, involve a minimum effort for users and allow the flexibility of a mediation process.





## Chapter 4

### Technology for Online Consumer Mediation in Catalonia

#### 4.1. Introduction

Chapter 4 is devoted to exploring the role that technology may have in assisting online consumer mediation. Today, Information and Communication Technologies (ICT) have changed the way consumers' access to both legal information and advice. There is a vast amount of consumer information available everywhere, on a digital format. Moreover, different movements campaign for a greater openness of the information, documents and datasets help by Public Administrations. Transparency is also at centre of the debate. The European institutions recognise that public sector information has turned to be a major material for digital content products and services and that ICT is capable to deliver better public services. In this regard, the characteristics of mobile technologies indicate that they are particularly appropriate for empowering consumers by providing better information access and eventually, better access to justice. Mobile technologies may also contribute to overcome the lack of awareness of consumer mediation bodies and ADR/ODR mechanisms. Chapter 4.2 shows this contextual framework and it also shows the implementation process of a mobile application that may assist consumers' access to justice. It presents the elaboration process of two consumer databases that were filled with consumer mediation legislative instruments and contact details of consumer mediation bodies in Catalonia. It shows the challenges faced in the process of implementing the database and the database content. Furthermore, it shows the mobile app, with geolocation functionalities and diverse search and retrieval capabilities. Finally, chapter 4.3 show the results of an assessment study that was undertaken with consumer experts. The results are encouraging since experts consider that Geoconsum may contribute to increasing the empowerment of consumers and bringing consumer mediation entities closer to consumers.



## **4.2. Mobile technologies for online consumer mediation in Catalonia**



# Mobile Technology and Consumer Empowerment: An Application for Online Consumer Mediation in Catalonia (Geoconsum)

Josep Suquet-Capdevila<sup>[1]</sup>

Cite as: Suquet, J, 'Mobile Technology and Consumer Empowerment: An Application for Online Consumer Mediation in Catalonia (Geoconsum)', *European Journal for Law and Technology*, Vol. 3, No. 2, 2012

## Abstract

Today, courts proceedings remain complex and expensive for consumers. Alternative Dispute Resolution (ADR) and Online Dispute Resolution (ODR) are means of consumer redress. Nevertheless, they have not achieved its full potential, partly due to the lack of consumer awareness. Currently, there are different legislative initiatives at the EU level devoted to improving consumer empowerment as well as, more particularly, ADR and ODR. Moreover, Information technology (IT) devices such as smartphones are improving consumers' access to information and they may contribute to empowering consumers and giving them better access to justice. Further to this contextual framework, this article presents Geoconsum, an open source mobile application that contains a database on consumer mediation entities and a compendium of consumer legislation applicable in Catalonia. In the near future, this application may be integrated with an online mediation platform. This article shows the databases' methodology and implementing process. Furthermore, it shows the mobile application functionalities and the search and retrieval capabilities, based on parameterised searches as well as on geolocation technology. The device also works as a mapping service application since it offers a route planner to access the nearest consumer mediation entity.

**Keywords:** consumers, mediation, online mediation, Alternative Dispute Resolution (ADR), Online Dispute Resolution (ODR), legal databases, Consumer Law, mobile applications

## 1. Introduction: Online Mediation and consumer empowerment

More than one out of five European consumers encountered a problem with a good or service in the internal market in the last year. <sup>[2]</sup> However, when that happens, consumers do not usually access to courts. It is well known that court proceedings entail some complexities and costs that make this sort of access to justice unbearable for consumers. <sup>[3]</sup> In this scenario, Alternative Dispute Resolution (ADR) such as mediation and arbitration and Online Dispute Resolution (ODR) remain as sources of consumer redress. In Catalonia, the White Book on Mediation in Catalonia (WBMC) has shown that mediation, as a consensual method of dispute resolution, appears to be particularly suitable to manage and solve consumer disputes. <sup>[4]</sup> A mediation process is a structured process characterised by the intervention of an impartial third person, who does not impose a solution, but puts his efforts in assisting the parties so that they solve the conflict by themselves. <sup>[5]</sup>

In Spain, the Consumer Arbitration Scheme sets up a mediation procedure as the first and previous phase that parties may try before the dispute escalates into an institutional consumer arbitration process. <sup>[6]</sup> The WBMC has also shown that mediation in the consumer domain has gained a conceptual and practical autonomy from arbitration over the past years. <sup>[7]</sup> Specifically in Catalonia, there are several public entities

offering consumer mediation services, considered as consumer public services by the Consumer Code. [8] These entities include the Catalan Consumer Agency (*Agència Catalana del Consum* (ACC)), the Arbitration Consumer Boards, the local (OMICs) and supra local (OCICs) consumer information offices, the European Unit at the Catalan Consumer Agency and the local Arbitration Consumer Boards. [9][10][11] [12] In addition, private bodies such as consumer organisations also provide mediation services to their members. [13] Only in 2008, those bodies undertook more than thirty thousand consumer mediation services in the field. [14] Moreover, in 2011 the Catalan Consumer Agency handled almost 14,000 consumer complaints. Yet, more than a quarter of those complaints were satisfactorily solved by a consumer mediation process. [15]

In Catalonia, the vast majority of institutional consumer mediations are undertaken by distance communication means, even if by basic means such as emails and telephones. [16] Yet, those bodies do not fully benefit from Information Technologies (IT). [17] Further to basic emails or SMS, other communication means may be employed such as electronic boards or videoconferences. Empirical research has shown that consumer mediation bodies do not employ any Web 2.0 tools such as blogs or wikis, either Web 3.0 or semantic devices. [18] An online mediation is a structured process which is mainly assisted by the Internet and other IT devices. When a consumer mediation process is automated in some degree, IT may implement diverse functionalities. Typically, in an online mediation platform, IT may monitor the sequences of the process and organise the participation of the parties in a standardised workflow, or it may automatically generate communication messages to the parties. Moreover, it may present documents to the parties in structured forms and it may help register the cases and allow the storage and retrieval of information. [19]

Even if consumer mediation is widely used, it is far from achieving its full potential. According to European surveys, only 3% of Europeans whose complaint with the seller or provider was resolved unsatisfactorily brings the matter to an arbitration, mediation or conciliation body. [20] Consumer awareness of ADR methods is very limited; consumers neither have an easy access to detailed information on ADR procedures, nor have information about the use, the number of cases and the past performance of the ADR scheme. [21] In fact, the European Parliament has recognised that 'only a small percentage of citizens know (...) how to file a complaint with an ADR entity'. [22] Moreover, in Spain, consumers are almost at the bottom of Europe as regards knowledge of consumer associations and public agencies: more than 50% of Spanish consumers do not know any public authority or consumer organisations. [23] Consequently, the lack of consumer awareness of mediation and other means of redress is still a barrier that needs to be overcome.

From a legislative point of view, the European institutions are tackling some of these challenges by strengthening and empowering consumers in Europe in the internal market, either by defining common rules for ADR entities and procedures or by providing rules on consumer empowerment. Thus, the proposal of a Directive on ADR for consumer disputes aims at developing a well-functioning ADR system within the Union. [24] Therefore, online and offline consumer mediation mechanisms will be required to comply with the principles and rules enshrined by the future Directive. [25] Moreover, the Proposal of a Regulation on consumer ODR aims at establishing an EU-wide ODR platform for cross-border e-commerce transactions, which will offer a single point of entry to consumers and traders who seek to resolve out-of-court a dispute that has arisen from a cross-border e-commerce transaction. [26]

More generally, the European institutions have linked the empowerment of consumers to the provision of information to consumers as well as to their capability to seek redress when necessary. In this regard, the EU Consumer Policy Strategy 2007-2013 believes that with the empowerment, 'consumers make optimal decisions, by understanding their own preferences and the choices available to them. They know their rights, recognise when these have been breached and if so, complain and seek redress when necessary.' [27] For years, Consumer Law has introduced the provision of information in order to counterbalance the relations between consumers and traders, and therefore, to protect consumers. [28] Traditionally, it has been understood that consumers have less information than traders. As a result, consumers have difficulties in making realistic expectations and decisions that reflect their preferences, which it may increase harm. [29] Today, some studies suggest that consumers may not always respond to information provided as rationally as it may be assumed, or that those who take advantage of information are likely to be affluent, well-educated middle class consumers. [30] Nevertheless, as the European Parliament has recognised, providing consumers with accurate and clear information on how they may access an ADR body is of the utmost importance. [31] Therefore, the provision of information takes a leading role in order to enhance consumer protection. [32] Further to the legislative spheres, it is worthwhile to note that technology may also contribute to overcoming the lack of consumer awareness on ADR. As it will be shown in Section 3, information technology devices such as smartphones are improving consumers' access to information and

data. Therefore, they may contribute to providing better public services to consumers, [33] and giving them a greater access to justice. [34]

## 2. Objectives

This article shows the research undertaken in order to design and implement Geoconsum. [35] It provides both a conceptual framework and some tangible results in the form of a mobile application. Particularly, it shows the research carried out with two consumer related databases. Geoconsum may be of assistance before the conflict begins, as a tool for dispute avoidance or dispute prevention, [36] but especially when the conflict has already started. When this happens, Geoconsum may provide an immediate contact tool with consumer mediation entities.

The research undertaken with Geoconsum follows a line of research at the UAB Institute of Law and Technology which aims at analysing IT with relational justice means, specifically mediation in the consumer domain. [37] In particular, the WBMC aimed at both analyzing mediation activities and needs in Catalonia, as well as fostering mediation throughout the territory in its several domains of scope. The consumer chapter of the WBMC represents a deep and systematic approach and analysis of real data consumer mediation. [38] Moreover, chapter sixteen is devoted to studying the uses of technology in mediation services in the context of ODR. [39] It is interesting to note that this chapter proposes some recommendations such as the promotion and implementation of ODR, particularly in the consumer domain. [40] Moreover, the Ontomedia projects aimed at providing a semantic platform which it would allow users and ODR professionals to meet in a community-driven web portal where content are provided by users. [41] Finally, the on-going Consumedia project aims at implementing an online mediation platform. [42] This platform will implement a mediation room with diverse communication tools such as chats, electronic boards, videoconference, and audio conference by which mediators will be able to conduct private caucuses or joint sessions. In the near future, the application presented in this article might connect consumers with the online mediation platform, and thus Geoconsum may become the platform's mobile gateway. The research conducted under these projects as well as with Geoconsum suggests that, thanks to technology, consumers may be provided a modest, appropriate and low-cost device to facilitate the resolution of conflicts in the consumer domain.

Further to Section 1 that introduces consumer empowerment and online consumer mediation, Section 3 recalls that technology may also improve consumers' access to legal information and it addresses some relevant issues concerning legal information databases and information retrieval. Section 4 and 5 are particularly focused on the application. Section 4 focuses on the databases on consumer mediation entities and consumer legislation. Section 4.1 addresses the methodology employed to elaborate the databases whereas section 4.2 exposes some challenges that have had to be solved. Section 4.3 addresses the content of those databases and provides some quantitative data. Then, section 5 focuses on the mobile app functionalities. Finally, Section 6 points out some conclusions and further work.

## 3. IT and consumers' access to legal information

Today, the Internet and other information technologies (IT) have changed the accessibility of information to consumers. A vast amount of information is available in a digital format. As regards public sector information, Directive 2003/98/EC has established a European legislative framework regulating how public sector bodies should make their information available for reuse. In particular, it promotes the re-use of official texts of legislation and other administrative documents. [43] Pillar VII of the Digital Agenda for Europe, titled ICT for social challenges focuses on ICT's capability to deliver better public services. [44] Indeed, public sector information is an important primary material for added-value, digital content products and services that have a large unexploited potential, both economic and social. [45] The design of tools to make such access possible may also, in turn help professionals in their tasks and consumers, in their demand for public information. [46]

In 2012, the Free Access to Law Movement, represented under the World Legal Information Institute (World LII) celebrates the 20<sup>th</sup> anniversary of the first legal information institute. [47] The *Montreal Declaration* established the main principles of the Free Access to Law Movement. [48] This Declaration considers that public legal information 'is digital common property and should be accessible to all on a non-

profit basis and free of charge'. [49] It also promotes and supports 'free access to public legal information throughout the world, principally via the Internet' and recognizes the 'primary role of local initiatives in free access publishing of their own national legal information.' [50] In fact, as it has been put up, 'the LII Movement is a basis for a major worldwide transformation in access to justice for lawyers and the general public.' [51]

In the latest years, there have grown up a number of initiatives involving the use of mobile technologies in several domains such as the citizens' participation, public awareness, management of emergencies and crisis, or the provision of public services and information. [52] Indeed, mobile penetration has grown dramatically over the past decade, and it seems that services attached to mobile devices will increase accordingly: only in 2010 mobile broadband, as measured by the number of data cards, grew 71% in Spain. [53] In addition, some striking information foresees that mobile phones could outnumber humans by the end of 2012. [54] Indeed, mobiles are portable, durable, basic and relatively low-cost whereas they employ easy-to-use technology and have far-reaching functionalities. [55] These characteristics suggest that mobile devices may be particularly appropriate for empowering consumers by providing better information access and better access to justice. [56] For instance, the European Commission has recently launched Your Passenger Rights, a mobile app which provides information on passenger rights. [57] In Canada, a new free mobile app gives greater access to justice to Canadians by providing information on legislation and case law. [58]

Furthermore, some legal information databases are today being built up with collaborative or crowd sourcing efforts. The notion of crowd sourcing refers to the outsourcing of a task to 'an undefined and generally large group of people in the form of an open call'. [59] A large group of people submitting information through text messaging using a mobile phone, web forms or simple emails may be very helpful in building devices devoted to public awareness or public services provision. [60] For instance, the Constitution Explorer Project at Stanford University aims at tagging national constitutions of the world, by theme. Thanks to the collaborative effort of many students, a set of categories will feed a constitutions' database, which will enable people to compare other countries' constitutions. [61] Collaborative efforts may also be seen in consumer-dedicated web portals where content is provided by consumers. [62]

It is obvious that consumers are not experts in Law, and sometimes the understanding of either how legal databases work or legal jargon may be difficult for them. Since commercial legal databases are designed primarily to people who traditionally use legal texts, some studies suggest that even professionals that are not trained in Law find current online legal databases difficult to use, or harder to use than legal experts. [63] The Add-Wijzer project, co-financed under the e-Content programme, was set up to investigate ways to improve the usage of law information by business professionals who are not trained in law, in particular by combining public sector information from different sectors. [64] Moreover, some literature has studied the relevance of domain expertise and expert mental grouping as regards the end-user acceptance and willingness to online information systems, again when end-users are not experts in law. [65] Other scholars have supported the effects of expertise on information retrieval with implications for the design of systems to support the use of information. [66] It seems interesting to note the current relevance of visualization of information and data geolocation. The referred Add-Wijzer project introduced GIS objects (geographical information system objects) to deal with legal instruments. [67] Similarly, another European project developed a Legal Atlas where normative texts and geo-information were represented on maps. [68] In any case, it is common that consumer protecting bodies provide, in addition to a compendium of legislation, different assistance facilities that may help consumers understand the content of the law. These may include information services and tools such as frequently asked questions (FAQ) repositories with direct answers to eventual problems or 'consumer tips'. [69]

The process of obtaining legal documents from a search on an online database of a legal service provider is referred to as legal text retrieval. [70] Most legal database providers still use conventional search engines such as simple key word search or Boolean searches. These search engines require users to formulate strict queries to tie together individual words or phrases that form the search query, and only return those results that fulfil all the criteria defined by the query. [71] For instance, when an end-user asks for regulations containing the word 'car', the search engine might not search for statutes containing the word 'vehicle'. Thus, the use of keyword-based search engines poses some shortcomings such as the lack of understanding of synonym concepts or orthographic misspellings. Today, the development of semantic search engines is an area of research which tries to solve some of these problems. [72] Thanks to semantics, search engines may be able to use conceptual information retrieval, where the results can be clustered by meaning. [73] In this



domain, it could be said that many scientists are today putting their efforts in closing what R. Susskind names the technological lag. According to R. Susskind:

'Data processing is our use of technology to capture, distribute, reproduce, and disseminate information. We have become extremely adept at this. (...) But now, knowledge processing is coming to the rescue. This is a set of technologies that helps us analyse, sift through, and sort out the mountains of data that we have created and helps make them more manageable. Data processing has advanced well ahead of knowledge processing, but the gap between the two, the technology lag, is going to close. When it closes, we will be fully in the information society.' [74]

## 4. Consumer Databases in Geoconsum

### 4.1 Methodology for the database elaboration

Geoconsum has been developed in parallel with different research projects in the field of IT and relational justice mechanisms. [75] In particular, it has benefited from synergies from research projects dealing with consumer mediation and ODR. [76] The WBMC posed that consumers have a lack of information as regards consumer protection entities and the mediation process. [77] When a problem arises consumers usually do not know what entity could address to in order to seek for advice. Moreover, mediation bodies in Catalonia do not fully benefit from IT for either assisting consumers with ADR or improving consumers' access to information, such as with mobile applications. Thus, Geoconsum aimed at creating a mobile device which would empower consumers in Catalonia and give them greater access to justice by providing information and immediate contact to consumer mediation entities and by offering information on consumer legislation.

Research for setting up the content of the databases was initiated in 2010 and finished in July 2011. The information was manually searched for, extracted and classified from a variety of resources. There are various public consumer information sources mainly available on the web such as the Spanish Consumer National Institute's database or the Catalan Consumer Agency website. [78] [79] The Institute of European and Comparative Civil Law at the University of Girona provides a database on Catalan civil legislation. [80] Other consumer protecting bodies such as OMICS/OCICS or consumer associations may also provide digital information on various consumer-related issues, although their relevance varies a great deal among them. [81][82] The initial steps of the database research period identified two main subdomains. On the one hand, the application aimed at being a compendium of normative instruments applicable to consumers in Catalonia. These instruments were differentiated according to its binding and non-binding nature (identifying hard and soft law instruments, respectively). Moreover, according to the Spanish distribution of competences between the central State and the Autonomous Communities (regions) in the consumer domain, a further classification was adopted as to identify Spanish, national normative instruments and Catalan normative instruments. On the other hand, the second subdomain was related to consumer entities providing consumer mediation services. The WBMC showed that there is currently a wide array of public and private entities providing different kinds of services to consumers, ranging from information to mediation and arbitration services. [83] The application would provide a user-friendly and efficient way to access all those entities that are spread out in Catalonia.

The project involved a group of undergraduate students from the UAB Law School who helped collect information. Initially, a web-based document was used to collect a selection of regional consumer legislation instruments and consumer mediation entities. This allowed users to edit the document online in real time with other users. The document included information and contact details such as addresses, web pages, email contacts and telephone numbers of all consumer mediation bodies in Spain. [84] Another web-based document was used with the aim of covering national legislation and information covering the whole territory of Spain. Finally, another document identified instruments of European consumer legislation.

## **4.2 Challenges faced in the process of implementing the database**

### **4.2.1 Challenges in the legislation set**

As regards the legislation set implementation, some challenges were faced. The first and main concern was of a conceptual nature and was related to the concept of Consumer Law or, in other words, to the question of how many acts covering how many areas should be included in the database. Indeed, 'it is not possible neither even of use to work on a precise delimitation of Consumer Law (...) Legal disciplines such as Consumer Law do not have clear-cut borders drawn in straight lines,' as Calais-Auloy and Temple have put it. [85] In particular, the boundaries of Consumer Law may go beyond the private scene and enter into other branches of law, including public or administrative spheres. [86] There are already some compilations of Catalan and Spanish Consumer Law. [87] [88] Although they are not up-to-date, they have been of use as to determining the scope of the database.

According to Calais-Aloy and Temple, a core concept of Consumer Law encompasses two cumulative requirements: legal rules that are defined by the relationship between traders and consumers, and rules that are enshrined by their consumer-protecting element, that is, rules that are devoted to counterbalance the disproportion between those actors. [89] Additionally, Consumer Law may also be extended to some rules that are mainly, even if not exclusively, applicable to consumers. [90] According to this view, Geoconsum's legislation compendium has been implemented with normative instruments that follow the cumulative requirement, and it also includes some normative acts that are mainly applicable to the Business to Consumer (B2C) relationship. [91] Furthermore, Geoconsum also includes other normative instruments that are particularly relevant such as air transport regulations or personal data protection. [92]

The database also covers a selection of EU normative acts in the field of Consumer Law. [93] Consumer Law in Europe is a fragmented area, even though the EC Directive on consumer rights has tried to clarify this scenario. [94] Well-established principles of EC Law such as the principle of primacy of EC Law or the duty for national courts of interpretation of national Law in conformity with EC Law indicate that national consumer laws must always have a look at European Law. [95] Another challenge was related to the Spanish distribution of competences between the State and the Autonomous Communities in the consumer field. In Catalonia, the Catalan legislative and executive bodies have exclusive powers in matters of consumer affairs. [96] The central State has also exclusive powers in some matters related to consumer affairs. [97] As a consequence, the consumer domain in Spain represents a crossroad of centralized and decentralized levels of legislation. Furthermore, consumer Law is made up of mandatory rules that impose rights and obligations to consumers and traders. In addition, this field is also affected by different instruments of self-regulation and co-regulation such as codes of conduct, guidelines, good practices and other soft law instruments. [98] Some of these instruments are included in the database. [99]

Finally, another concern related to determine only existing legal instruments. In fact, since Consumer Law has had an extraordinary and chaotic development, getting to know those acts is not an easy task: further to the different levels of legislative jurisdiction (European, State and Autonomous Communities), legislation in this field varies considerably and may suffer quite often several changes. [100] Thus, as concerns the activities undertaken in the legislation subdomain, a revising phase was undertaken in order to introduce current normative instruments and discard repealed instruments.

### **4.2.2 Challenges in the consumer mediation entities set**

One of the main challenges of creating a consumer mediation bodies' database in Catalonia was the heteronomy and territorial dispersion of those bodies. In addition, trying to put all the information together, classifying it and having contact details of all these bodies and institutions was a demanding task. The different types of entities are classified and stored in the database, which contains contact information such as addresses, emails, telephones and web pages. Moreover, the longitude and latitude of those entities (GPS position) is also stored.

## 4.3 Database Content

### 4.3.1 Content in the legislation set

The overall amount of legislation displayed in the database includes a total of one hundred and twenty-one legislative acts, twenty-eight acts of European nature, forty-five acts from the legislative and executive powers in Catalonia and forty-eight national instruments. The database includes one hundred and ten binding normative instruments and eleven non-binding instruments. As for the first category, at European level twenty EC Directives and six EC Regulations are included. Moreover, there are forty-five Acts, fifteen Royal Decrees, nineteen Decrees and two Legislative Decrees. There are also three Ministerial Orders. As for the non-binding instruments, the database finally reports eight Codes of Conduct and three Recommendations. This information is shown in Figure 1.

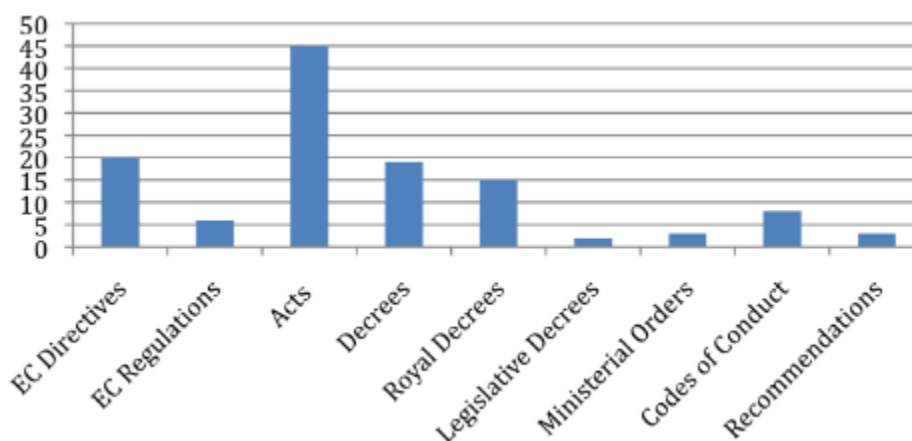
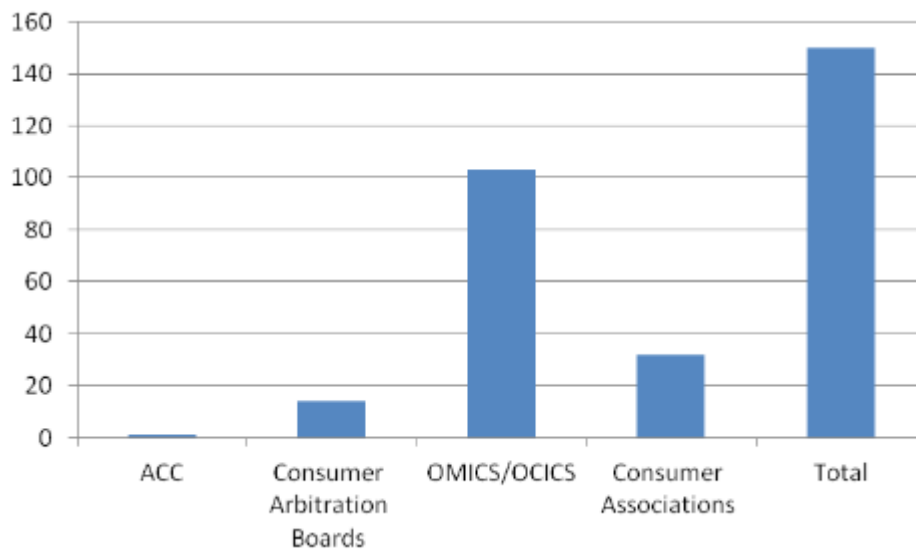


Figure 1: Number and type of normative instruments included in Geoconsum.

### 4.3.2 Content in the consumer mediation entities set

As regards the subdomain on consumer entities, the database contains details about a hundred and fifty consumer mediation bodies. This number includes the Catalan Consumer Agency (ACC) and one hundred and three local (OMICs) and supra-local (OCICs) bodies of consumer mediation. It also includes fourteen arbitration boards which encompass several delegations of the Catalan Consumer Arbitration Boards and the local Arbitration Boards. Finally, the database provides information and contact details of thirty-two consumer associations in Catalonia. In total, the database provides contact details of consumer protection bodies in ninety-six cities, towns and villages.



**Figure 2** reports the total number of entities included in the database and its classification

## 5. The Mobile App functionalities

Geoconsum is devised to Android OS devices, although it will be later implemented in other operative systems, such as Windows Phone and IOS (Apple). It has been designed with a user-friendly interface, a basic and appropriate technology. For instance, the application uses android user interface elements such as spinners or bottoms. Moreover, the lay out adapts to the different size of tablets or smartphones .

The application incorporates sensors that smartphones usually use. [101] For one thing, it has a GPS (Global Positioning System) sensor that provides location awareness functionalities. Accordingly, end-users may be routed to the nearest consumer protection offices. Furthermore, Geoconsum runs as a standalone application. This means that some components of the client interface, such as screens and forms, are not sent from the server platform to the interface in every interaction. Moreover, some user data can be stored into the smartphone memory. These features are valuable in mobile devices to save battery and bandwidth usage. [102] End-users may install this application free of cost into their smartphones or tablet computers from the research centre's web page as well as from the Google Play Store. [103] [104] The software code is open source, so that any consumer entity can take advantage of it and use it to build other tools customized to its needs. [105] The interface is a search form that can initiate a search and generate results both of i) consumer mediation entities, and, of ii) consumer legislation.

As for the entities subdomain, the application shows results either by a geolocation tool or an advanced search engine, based on preset parameters. In the first case, the application displays a list of the nearest consumer entities through a GPS. The proximity parameter shows a 10 km's distance, although users are able to modify this parameter. Once the end-user clicks on one of the offices, the application initiates a Google Maps API in order to display a route planner to that entity. In the second case, the search engine enables consumers to perform a search between parameterised data, based on the type of entity or the location. The application may also generate a general search of entities. Consequently, Geoconsum may initiate a general search of entities operating in Catalonia, or it may initiate a more precise search of entities located in a particular province, city or village.

When the end-user has chosen an entity, the application displays its different contact details. Thus, the end-user may click on individual items such as the telephone number, electronic mail, website or localisation request on the map. Consequently, the application performs the corresponding action; that is initiating a phone call or opening an email form which can be sent to the entity's electronic recipient. It can also access the entity's website by opening a link in a web browser or show its localisation in Google Maps. Based on GPS parameters, the application calculates the distance to the nearest entities and offers a route planner to the chosen entity.



Figure 3: Search of consumer mediation entities in Geoconsum.

The application also informs consumers about the fact that they should first claim to the provider of the goods or services, and only address the consumer mediation service once the claim with the enterprise has not been resolved satisfactorily. In addition, the application informs that consumers should address to the consumer public service of their domicile; and if there is no office in their domicile, they should address to the competent supra-local office. [106] As regards the legislation subdomain, there are different search and retrieval options. First, the application implements a search by key words where end-users can perform a search by using key words in text or by audio. The application employs automatic speech recognition by Google. Moreover, the app has an advanced search, where end-users can perform a search by parameterised data. This advanced search includes the search by the level of legislation (European, Spanish, Catalan), by the binding and non-binding nature, or by the type of normative instrument (such as Acts, Decrees, Ministerial Order etc).

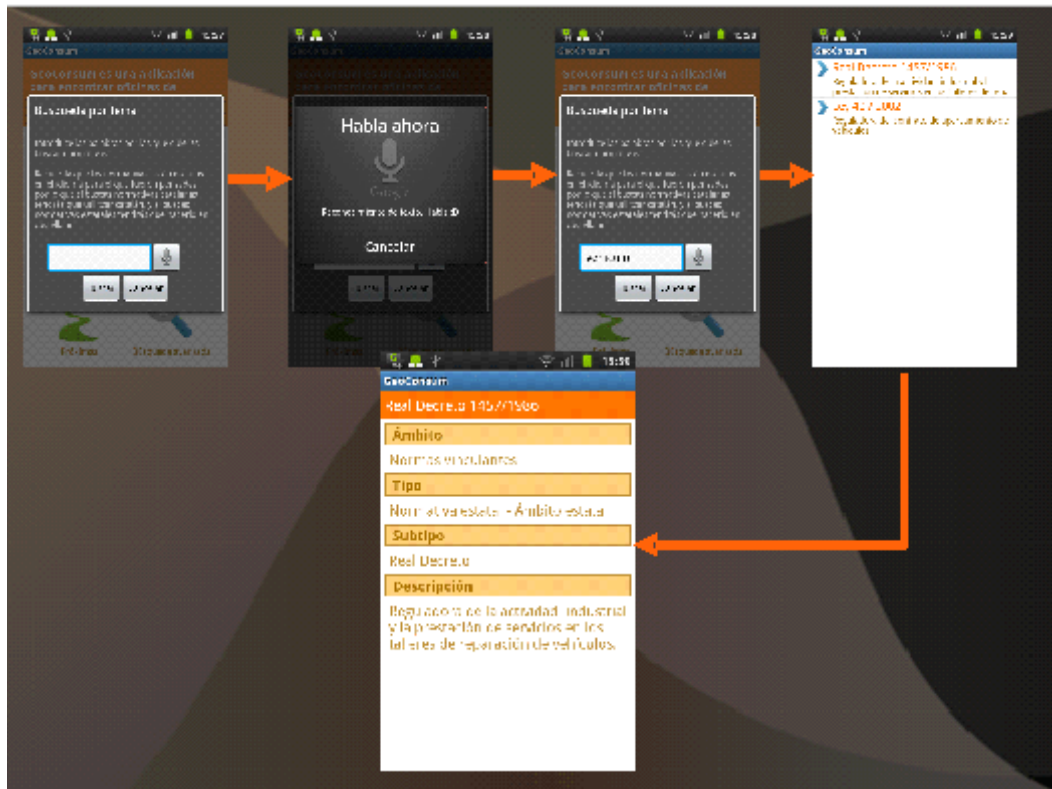


Figure 4: Geoconsum legislation search

## 6. Conclusions and further work

It is well known that when consumers have a problem with a product or a service they do not make use of courts, since court proceedings are expensive and complex. In this scenario, ADR and ODR mechanisms such as mediation remain as sources of consumer redress. However, European surveys show that consumers are not particularly aware of these methods of redress. Moreover, empirical research has showed that consumer mediation bodies do not make full use of existing IT devices which could enhance consumer protection. In order to solve the lack of consumer awareness on ADR means, the European legislature has put some efforts in both setting out some rules on ADR/ODR as well as providing consumer empowerment rules through improving consumer information. Beyond a legislative approach, this article has focused on the role that technology in general, and mobile technology, in particular, may have in providing better public services and giving better access to justice to consumers by improving access to information. The enormous growth of mobile penetration worldwide and some of the mobile device's characteristics such as its portability, durability and relatively low-cost suggest that mobiles are particularly suitable to providing information to consumers. In particular, this article has presented an open source mobile device that has been fully implemented at the UAB-Institute of Law and Technology; that is from the design of the databases' content to the final implementation of the mobile app by mobile software engineers. Geoconsum has benefited from some research projects in the field of Law and Technology which aim at providing relational justice means for consumers, in specific through mediation. Geoconsum aims at empowering consumers that may seek redress mechanisms and may need to initiate a mediation process. Moreover, in the near future it may become a mobile gateway of an online mediation platform. [107]

Geoconsum offers information and full contact details regarding consumer mediation bodies. In short, it presents a wide and heterogeneous contact list of consumer mediation entities from both the public and private sphere. In total, the database provides details of hundred and fifty consumer mediation entities covering ninety-six Catalan villages, towns and cities. Second, it also offers a search and full text retrieval option for consumer Law in Catalonia, encompassing legislation from the European Union, Spanish normative instruments, and normative instruments from the Catalan legislative and executive powers. In order to determine the scope of the legislation compendium, a conceptual exercise has been followed as regards what Consumer Law is, and what normative acts it should encompass. In total, Geoconsum offers a hundred and ten binding instruments and eleven non-binding instruments in the scope of Consumer Law.

Geoconsum has been implemented as a user-friendly, appropriate tool, a familiar application to consumers. [108] Its advanced search engine includes keyword-based text search and automatic speech recognition as well as geolocation technology. The software code is open source, so consumer entities may freely use it or customise it to their needs. It is hoped that Geoconsum may encourage other consumer bodies into developing mobile technologies for providing better public services to citizens.

Without doubt, this application can be improved. This is the first version of the application and further updates may be required. Among other things, it would be valuable to put efforts to implement a semantic capability in the search and retrieval engine. Indeed, this functionality would solve current general problems in key word-based search information engines such as the lack of synonym detection or of typographic errors. Additionally, helping consumers understand and make use of the returned legal documents remains another interesting line of research. [109] For instance, the legal information set could be further classified according to different topics, and it could be added a FAQ repository written in plain language. Moreover, thanks to the integration with the future online mediation platform, Geoconsum could also manage electronic complaints or assess a mediation process. In addition, other valuable functions could be added such as physically locating and storing the conflict in the smartphone, or taking a picture of a product and storing it in the platform's conflict management tool. Nevertheless, as of today it is hoped that, beyond complex software engines, a basic and easy-to-use mobile application that consumers may install in their smartphones may contribute, modestly enough, to empowering consumers by providing a better access to justice. [110]

## References

- Agència Catalana del Consum *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2011* (2012)  
--, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011)

- Banks K, 'Appropriate Mobile Technologies: Is Grassroots Empowerment for All?' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation*(Springer 2011).
- Barral Viñals I, 'E-consumers and effective protection: The online dispute resolution system' in Devenney, James and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection, Theory and Practice* (Cambridge University press 2012).
- Barral Viñals I and Suquet Capdevila J, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P. Casanovas, J. Magre, M<sup>a</sup> E. Lauroba (ed), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya. edn, Huygens 2011).
- Barral Viñals I, Gramunt Fombuena M D, and Llácer Matacás, R, *Codi Bàsic de Consum i Comerç Electrònic* (Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme 2003)
- Bing J, 'Let there be LITE: a brief history of legal information retrieval' (2010) 1(1) Vol 1 European Journal of Law and Technology, Issue 1.
- Calais-Auloy J and Temple H, *Droit de la consommation* (8e édition edn, Dalloz 2010, 8e édition).
- Casanovas P, Magre J and Lauroba ME, 'Conclusions and Recommendations' in Pompeu Casanovas, Jaume Magre and M. Elena Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).
- Casanovas P and Poblet M, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in Casanovas, Pompeu and others (eds), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008).
- CISCO, *Cisco White Paper. Cisco Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011-2016* (2012)
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), *Informe Anual 2010* (2011) <http://informeanual.cmt.es/>
- Commission of the European Communities, *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and the European Economic and Social Committee. EU Consumer Policy strategy 2007-2013. Empowering consumers, enhancing their welfare, effectively protecting them.* (13.3.2007, COM(2007) 99 final. {SEC(2007) 321} {SEC(2007) 322} {SEC(2007) 323}2007)
- Cortés P, *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011).
- De León Arce A, 'La protección legal de consumidores y usuarios en España' in de León Arce, Alicia and Luz María García García (eds), *Derechos de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)* (Tirant lo Blanch 2007).
- European Commission, 'Comission Staff Working Paper. Consumer Empowerment in the EU' (2011a) Commission Staff Working Paper. Consumer Empowerment in the EU. SEC (2011) 469 final.
- , *Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 2992011b)
- , *Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment.*(2011c)
- European Commission and DG Sanco, *Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union*(2011)
- European Commission (Directorate General for the Information Society. Unit Information Market (E4)), *Exploiting the potential of Europe's public sector information. Public sector information. Access and re-use*(2004)
- European Parliament, Draft Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) ((COM (2012) 0793 -C7-0454/2011-2011/0373 (COD))2012)

- Geist A, 'The Open Revolution: Using Citation Analysis to Improve Legal Text Retrieval' in Fernández-Barrera, Meritxell and others (eds), *Law and Technology. Looking into the Future. Selected Essays* (Series in Legal Information and Communication Technologies, European Press Academic Publishing 2009).
- González-Conejero J and others, 'Online Mediation Consumer Tools: Mediapp- Mediweb' (2011) eChallenges e-2011 Conference Proceedings.
- Howe J, 'The rise of crowdsourcing' *Wired* (14.06.2006)  
< <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>.
- Howells G, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32(3) *Journal of Law and Society*.
- Huiu A and Aresty J, 'Mobile Technology and the Rule of Law' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- Katsh E and Rainey D, 'ODR and Government in a Mobile World' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- Newman DR and Doherty U, 'Making the law accessible to non-lawyers: effects of different kinds of expertise on perceived usability of online legal information services' (2008) 27(5) *Behaviour & Information Technology*, Vol. 27, No5, September-October 2008, 423-437 423.
- Parra Lucán, M A, *Nota introductoria. Legislación de Consumo* (Tecnos 2007)
- Pawala A, 'A History of Legal Informatics: An Introduction to the Special Issue' (2010) 1(1) *European Journal of Law and Technology*.
- Poblet M, 'Introduction to Mobile Technologies, Conflict Management, and ODR: Exploring Common Grounds' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011a).
- 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' (2011) 17(3) *Journal of Universal Computer Science*, Vol 17 N 3 498.
- 'Tagging Constitutions Online: Constitution Day in Barcelona' (2011b)  
< <http://serendipolis.wordpress.com/2011/11/29/tagging-constitutions-online-constitution-day-in-barcelona/>>
- Poblet M and others, '*Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas*' in Casanovas, P., J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).
- Poblet M and others, '*ODR, Ontologies, and Web 2.0*' (2011) 17(4) *Journal of Universal Computer Science*, Vol 17 N 4 619.
- Poncibò C, 'Modernisation for European Consumer Law' in Devenney, James and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection: Theory and Practice* (Cambridge University Press 2012).
- Salmerón L, Cañas JJ and Fajardo I, 'Are expert users always better searchers? Interaction of expertise and semantic grouping in hypertext search tasks' (2005) *Behaviour & Information Technology* 24:6, 471-475.
- Sancho Ferrer Á, Mateo Rivero JM and Mesas García A, 'Improvements in Recall and Precision in Wolters Kluwer Spain Legal Search Engine' in Casanovas, Pompeu and others (eds), *Computable Models of the Law. Languages, Dialogues, Games, Ontologies* (Springer-Verlag 2008).
- Smits J, 'Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights' (2010) 1 *European Review of Private Law* 5.
- Suquet-Capdevila J, 'Exploring Online Consumer Mediation in Catalonia: Principles and Technological Uses' (2012) 20(2) *International Journal of Law & Information Technology* (Summer 2012) 124.
- Susskind R, 'Legal informatics - a personal appraisal of context and progress' (2010) 1(1) *European Journal of Law and Technology*.
- Twigg-Flesner C, 'Comment: the Future of EU Consumer Law - the End of Harmonisation?' in Devenney, James and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection: Theory and Practice* (Cambridge University Press 2012).



Vincent J and Harris L, 'Effective Use of Mobile Communications in E-Government. How Do We Reach the Tipping Point?' (2008) 11(3) *Information, Communication & Society* 11:3 395-413.

Warren P, Studer R and Davies J, 'Introduction' in John Davies, Rudi Studer and Paul Warren (eds), *Semantic Web Technologies. Trends and Research in Ontology-based Systems* (John Wiley & Sons, Ltd 2005).

Wilson F and Peters R, 'Mapping the Law: Knowledge Support for Business Development Enquiry', *Proceedings of the eChallenges Conference*, (Vienna 2004).

Winkels R, Boer A and Hupkes E, 'Legal Atlas: Access to Legal Sources through Maps' (Proceedings of the 11th International Conference on Artificial Intelligence and Law (ICAIL-2007) Palo Alto, CA USA 2007) 27-36.

Winkels R, Hoekstra R and Hupkes E, 'Normative Reasoning with Geo Information' (2010)(38) *COM Geo '10: Proceedings of the 1st International Conference and Exhibition on Computing for Geospatial Research* 1-7.

---

[1] Josep Suquet-Capdevila is a researcher at the UAB Institute of Law and Technology, Barcelona, Spain. [Josep.Suquet@uab.cat](mailto:Josep.Suquet@uab.cat). The research presented in this article has been developed within the framework of two different projects: (i) ONTOMEDIA: Semantic Web, Ontologies and ODR: Platform of Web Services for Online Mediation (2009-2011), Spanish Ministry of Science and Innovation (CSO-2008-05536-SOCI); (ii) CONSUMEDIA: *Plataforma basada en ontologies para el modelado de procesos de mediación empresarial y de consumo*, Spanish Ministry of Science and Innovation (IPT-2011-1015-430000).

[2] European Commission, *Special Eurobarometre, Num. 342. Consumer Empowerment* (2011) 169.

[3] In fact, only 3% of European consumers access a court for a consumer relationship. European Commission, *Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011).

[4] See, Barral Viñals I and Suquet Capdevila J, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P. Casanovas, J. Magre, M<sup>a</sup> E. Lauroba (ed), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya. edn, Huygens 2011).

[5] This definition conforms to the definition of mediation in Directive 52/2008/EC, of the European Parliament and of the Council of 21 May 2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (OJ L136/3) as well as with the definition of consumer mediation in the Catalan Consumer Code (article 132-1).

[6] See article 38 of *Real Decreto 231/2008, por el que se regula el sistema arbitral de consumo* (BOE Num. 48, 25-2-2008).

[7] Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 308. See also I. Barral Viñals, 'The online dispute resolution system: E-consumers and individual redress in the EU' in James Devenney and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection, Theory and Practice* (Cambridge University press 2012) 90. Consumer mediation has a succinct regulation in the Catalan Consumer Code (articles 132-1 to 132-3), which was approved by *Llei 22/2010*, of 20 July (BOE Num. 196, 13-08-2010).

[8] Article 126-10 Consumer Code.

[9] The *Junta Arbitral de Consum de Catalunya* has several delegations in Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona and Terres de l'Ebre.

[10] OMIC stands for *Oficina Municipal d'Informació al Consumidor* and OCICs stands for *Oficina Comarcal d'Informació al Consumidor*.

[11] The European Consumer Unit at the Catalan Consumer Agency deals with cross-border complaints.

[12] According to *Real Decreto 231/2008*, the so-called *Juntas Arbitrales de Consum* are the administrative bodies entitled to manage the institutional consumer arbitration scheme. They provide technical services, administrative and secretarial support to both parties as to the arbitrators (See article 5 to 11 of *Real Decreto*

231/2008). At the moment, there are local consumer arbitration boards in Barcelona, Badalona, Lleida, Mataró, Sabadell, Terrassa, Vilafranca del Penedès and l'Hospitalet.

[13] See Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 301-370

[14] Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 317

[15] From 2011 to 2012 consumer complaints handled by the Catalan Consumer Agency (CCA) have decreased (11%). From 2009 to 2010, consumer complaints increased more than 4% following a sharp increase of 40.93% in 2009 and of 8 % in 2008. See the 2011 Annual Report, Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2011* (2012) and the 2010 Annual Report, Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011). These annual reports are available online at the ACC's website <http://www.consum.cat/> (Last accessed 15 July 2012).

[16] Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 358

[17] According to article 51 and *seq.* Real Decreto 231/2008 the Spanish National Consumer Institute (*Instituto Nacional de Consumo*) is developing a consumer arbitration process supported by electronic means. Presently, it is not fully implemented. Accessible at <http://arbitrajedeconsumo.mspsi.es/cyu0.html> (Last accessed 15 July 2012).

[18] Poblet M and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in Casanovas, P., J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011, 980). Also see Poblet M and others, 'ODR, Ontologies, and Web 2.0' (2011) 17(4) *Journal of Universal Computer Science*, Vol 17 N 4 619.

[19] Poblet and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' 967.

[20] European Commission, 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)' 45

[21] European Commission and DG Sanco *Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union* (2011) 3.1

[22] European Parliament, Draft Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) ((COM (2012) 0793 -C7-0454/2011-2011/0373 (COD))2012)EP, Draft Report 2011/0373 (COD) p 8.

[23] European Commission, *Special Eurobarometre, Num. 342. Consumer Empowerment.*(2011) 146

[24] See Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Alternative Dispute Resolution for Consumer Disputes and Amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Proposal for a Directive on consumer ADR) SEC (2011) 1408.

[25] The principles governing online consumer mediation in Catalonia are dealt with in Suquet-Capdevila J, 'Exploring Online Consumer Mediation in Catalonia: Principles and Technological Uses' (2012) 20(2) *International Journal of Law and Information Technology* (Summer 2012).

[26] Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Online Dispute Resolution for Consume Disputes (Proposal for a Regulation on consumer ODR) SEC (2011) 1408

[27] See Commission of the European Communities *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and the European Economic and Social Committee. EU Consumer Policy strategy 2007-2013. Empowering consumers, enhancing their welfare, effectively protecting them.* (13.3.2007, COM(2007) 99 final. {SEC(2007) 321} {SEC(2007) 322} {SEC(2007) 323}, 2007) 5. Also, see the European Commission. 'Comission Staff Working Paper. Consumer Empowerment in the EU' (2011) Comission Staff Working Paper. Consumer Empowerment in the EU. SEC (2011) 469 final 2

[28] J. Calais-Auloy and H. Temple, *Droit de la consommation* (8e édition edn, Dalloz 2010, 8e édition) 24

[29] Geraint Howells. 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32(3) *Journal of Law and Society* 349-357

- [30] Howells, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' 349-357. Also see Jan Smits. 'Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights' (2010) 1 *European Review of Private Law* 12
- [31] European Parliament *Draft Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)* ((COM (2012) 0793 -C7-0454/2011-2011/0373 (COD)), 2012) 17
- [32] Howells, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' 352
- [33] Poblet M, 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' (2011) 17(3) *Journal of Universal Computer Science*, Vol 17 N 3 498
- [34] From the EC Green Paper on 'Consumer Access to Justice in the Internal Market', the consumers' access to justice includes a wide array of measures aimed at strengthening their rights to redress such as ADR. Commission of the European Communities, *Green Paper. Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market* (COM (93) 576 final1993). See Barral Viñals, 'The online dispute resolution system: E-consumers and individual redress in the EU' 91
- [35] See an earlier version of Geoconsum in J. González-Conejero and others. 'Online Mediation Consumer Tools: Mediapp- Mediweb' (2011) eChallenges e-2011 Conference Proceedings
- [36] This terminology is respectively used by Pablo Cortés, *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011) and Ethan Katsh and Daniel Rainey, 'ODR and Government in a Mobile World' in Marta Poblet (ed) , *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 81.
- [37] UAB-IDT is the Institute of Law and Technology at the Universitat Autònoma de Barcelona. Accessible at <http://idt.uab.es/> (Last accessed 15 July 2012)
- [38] Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo'. The White Book on Mediation in Catalonia was financed by the Government of Catalonia. To access Catalan and Spanish versions (Conclusions are also in English) please visit: <http://www.llibreblancmediacio.com> (Last accessed 15 July 2012).
- [39] Poblet and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas'
- [40] Pompeu Casanovas, Jaume Magre and M. E. Lauroba, 'Conclusions and Recommendations' in Pompeu Casanovas, Jaume Magre and M. E. Lauroba (eds) , *Libro Blanco de la Mediación en Catalunya*(Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011) 1172
- [41] These research projects are 'ONTOMEDIA. Semantic Web, ontologies and ODR: web services platform for online mediation' financed by the Spanish Ministry of Industry, Tourism and Commerce (CSO2008-005536/SOCI), and ONTOMEDIA: Ontologies and web Services Platform for Online Mediation, financed by the Spanish Ministry of Industry, Tourism and Commerce (TSI-020501-2008-131). See Poblet and others, 'ODR, Ontologies, and Web 2.0' 621.
- [42] The Consumedia Project is financed by the Spanish Ministry of Science and Innovation (IPT-2011-1015-430000)
- [43] Directive 2003/98/EC, of the European Parliament and of the Council, of 17 November 2003, on the re-use of public sector information. (L 345/90 OJ 31.12.2003). Transposed in Spain by *Ley 37/2007, de 16 de Noviembre* (BOE Num. 47160, 17/11/2007).
- [44] See Pilar VII. Accessible [http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/cf/pillar.cfm?pillar\\_id=49&pillar=ICT%20for%20Social%20Challenges](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/pillar.cfm?pillar_id=49&pillar=ICT%20for%20Social%20Challenges) (Last accessed 15 July 2012).
- [45] See the Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2003/98/EC on re-use of public sector information. Information on the revision of this Directive is available at [http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/psi/revision\\_directive/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/policy/psi/revision_directive/index_en.htm) (Last accessed 15 July 2012).
- [46] Wilson F and Peters R, 'Mapping the Law: Knowledge Support for Business Development Enquiry', Proceedings of the eChallenges Conference (Vienna 2004) 7.

- [47] See J. Bing. 'Let there be LITE: a brief history of legal information retrieval' (2010) 1(1) Vol 1 European Journal of Law and Technology, Issue 1. It is understood that the free access to law movement began in 1992 with the creation of the Cornell Law School Information Institute. See <http://www.law.cornell.edu/> (Last accessed 15 July 2012)
- [48] The Declaration on Free Access to Law is available online at <http://www.worldlii.org/worldlii/declaration/> (Last accessed 15 July 2012)
- [49] Preamble
- [50] First and second agreements
- [51] Abdul Pawala. 'A History of Legal Informatics: An Introduction to the Special Issue' (2010) 1(1) European Journal of Law and Technology 6
- [52] Initiatives being in the scope of the so-called mobile governance. See Marta Poblet. 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' (2011) 17(3) Journal of Universal Computer Science, Vol 17 N 3 498. Also see, Jane Vincent and Lisa Harris. 'Effective Use of Mobile Communications in E-Government. How Do We Reach the Tipping Point?' (2008) 11(3) Information, Communication & Society 11:3 395-413
- [53] Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) *Informe Anual 2010* (2011). Available at <http://informecmt.cmt.es/informes-anteriores> (Last accessed 15 July 2012).
- [54] CISCO, *Cisco White Paper. Cisco Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011-2016* (2012) 3
- [55] Marta Poblet, 'Introduction to Mobile Technologies, Conflict Management, and ODR: Exploring Common Grounds' in Marta Poblet (ed) , *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 1; and Alina Huiu and Jeffrey Aresty, 'Mobile Technology and the Rule of Law' in Marta Poblet (ed) , *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 107
- [56] K. Banks considers that appropriate technologies may be broadly defined as anything that is suited to the environment in which it is used. Ken Banks, 'Appropriate Mobile Technologies: Is Grassroots Empowerment for All?' in Marta Poblet (ed) , *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 27
- [57] Accessible at <http://ec.europa.eu/transport/passenger-rights/en/index.html> (Last accessed 15 July 2012).
- [58] Accessible at <http://itunes.apple.com/en/app/wiseli/id530336189?mt=8> (Last accessed 15 July 2012).
- [59] Jeff Howe, 'The rise of crowdsourcing' (2006) Wired <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>.
- [60] Poblet, 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' 498
- [61] The results of this project will be particularly relevant in emerging democracies. See Marta Poblet. 'Tagging Constitutions Online: Constitution Day in Barcelona' (2011) <<http://serendipolis.wordpress.com/2011/11/29/tagging-constitutions-online-constitution-day-in-barcelona/>> (Posted on November 29, 2011. Last accessed 15 July 2012). See also <http://cddrl.stanford.edu/events/6902>(Last accessed 15 July 2012).
- [62] In Spain, for instance see <http://www.consumoteca.com/> (Last accessed 15 July 2012)
- [63] Newman DR and Doherty U, 'Making the law accessible to non-lawyers: effects of different kinds of expertise on perceived usability of online legal information services' (2008) 27(5) Behaviour & Information Technology, Vol. 27, No5, 2008, 425.
- [64] On the Add-Wijzer project, see Wilson and Peters, 'Mapping the Law: Knowledge Support for Business Development Enquiry' 1 and Newman and Doherty, 'Making the law accessible to non-lawyers: effects of different kinds of expertise on perceived usability of online legal information services'. Also see European Commission (Directorate General for the Information Society. Unit Information Market (E4)) Exploiting the potential of Europe's public sector information. Public sector information. Access and re-use (2004) 3.
- [65] L. Salmerón, J. J. Cañas and I. Fajardo. 'Are expert users always better searchers? Interaction of expertise and semantic grouping in hypertext search tasks' (2005) Behaviour & Information Technology 24:6, 471-475

- [66] Newman and Doherty, 'Making the law accessible to non-lawyers: effects of different kinds of expertise on perceived usability of online legal information services' 424.
- [67] Wilson and Peters, 'Mapping the Law: Knowledge Support for Business Development Enquiry' 1.
- [68] See Radboud Winkels, Rinke Hoekstra and Erik Hupkes. 'Normative Reasoning with Geo Information' (2010) (38) *COM Geo '10: Proceedings of the 1st International Conference and Exhibition on Computing for Geospatial Research* 1-7; Radboud Winkels, Alexander Boer and Erik Hupkes. 'Legal Atlas: Access to Legal Sources through Maps' ( *Proceedings of the 11th International Conference on Artificial Intelligence and Law (ICAIL-2007) Palo Alto, CA USA 2007*) 27-36 (Available online at <http://www.leibnizcenter.org/~winkels/norms-maps.html>. Last accessed 15 July 2012).
- [69] See for instance the information resource 'Your Passenger Rights at Hand' from the European Commission DG Sanco. <http://ec.europa.eu/transport/passenger-rights/en/index.html> (Last accessed 15 July 2012). The ACC provides a list of topics in its web site [http://www.consum.cat/temes\\_de\\_consum/index.html](http://www.consum.cat/temes_de_consum/index.html) (Last accessed 15 July 2012).
- [70] Anton Geist, 'The Open Revolution: Using Citation Analysis to Improve Legal Text Retrieval' in Meritxell Fernández-Barrera and others (eds) , *Law and Technology. Looking into the Future. Selected Essays* (Series in Legal Information and Communication Technologies, European Press Academic Publishing 2009) 157
- [71] By Boolean searches it is referred the use of so called Boolean operators (AND, NOT, OR, and others) Geist, 'The Open Revolution: Using Citation Analysis to Improve Legal Text Retrieval' 158.
- [72] Ángel Sancho Ferrer, José Manuel Mateo Rivero and Alejandro Mesas García, 'Improvements in Recall and Precision in Wolters Kluwer Spain Legal Search Engine' in Pompeu Casanovas and others (eds), *Computable Models of the Law. Languages, Dialogues, Games, Ontologies* (Springer-Verlag 2008) 135.
- [73] Warren P, Studer R and Davies J, 'Introduction' in John Davies, Rudi Studer and Paul Warren (eds), *Semantic Web Technologies. Trends and Research in Ontology-based Systems* (John Wiley & Sons, Ltd 2005).
- [74] Richard Susskind. 'Legal informatics - a personal appraisal of context and progress' (2010) 1(1) *European Journal of Law and Technology* 12
- [75] Relational justice has been defined as 'a bottom-up justice, the justice produced through cooperative behavior, agreement, negotiation, or dialogue among actors in a post-conflict situation (...).' See Pompeu Casanovas and Marta Poblet, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in Pompeu Casanovas and others (eds), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008) 323.
- [76] These research projects are referred to in foot notes number 34, 36 and 37.
- [77] Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 331,352
- [78] See the Cidoc's database at <http://aplicaciones.consumo-inc.es/cidoc/default.aspx>. (Last accessed 15 July 2012).
- [79] Available online at <http://www.consum.cat>. (Last accessed 15 July 2012).
- [80] Available online at <http://civil.udg.es/normacivil/>. (Last accessed 15 July 2012).
- [81] Such as the local consumer information body at the Barcelona City Council [http://w3.bcn.es/XMLServeis/XMLHomeLinkPI/0,4022,1013013389\\_1062088819\\_1,00.html](http://w3.bcn.es/XMLServeis/XMLHomeLinkPI/0,4022,1013013389_1062088819_1,00.html) (Last accessed 15 July 2012)
- [82] See, for instance *Organización de consumidores o usuarios* (Available online at <http://www.ocu.org>), *Unió de Consumidors de Catalunya* (available online at <http://www.consumidors.org/Home.jsp>) or *Facua-Consumidores en acción*, (available online at <http://www.facua.org>). In addition, there are other private projects built on a collaborative basis such as <http://www.consumoteca.com> (Last accessed 15 July 2012).
- [83] Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 315
- [84] Initially, the project covered the whole territory of Spain.
- [85] Calais-Auloy and Temple, 'Droit de la consommation' 16

- [86] Consumer Law may encompass private Law aspects such as the contractual obligations between consumers and traders or public Law issues such as regulating business hours.
- [87] Immaculada Barral Viñals, M. Dolors Gramunt Fombuena and Rosa Llácer Matacás *Codi Bàsic de Consum i Comerç Electrònic* (Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme , 2003)
- [88] M<sup>a</sup> Ángeles Parra Lucán *Nota introductoria. Legislación de Consumo* (Tecnos, 2007)
- [89] See Calais-Auloy and Temple, 'Droit de la consommation' 17.
- [90] Calais-Auloy and Temple, 'Droit de la consommation' 17.
- [91] This is the case of rules on liability for defective products, leasing or warranties. Other instruments that do not apply exclusively to the B2C relationship but that may affect consumers have been omitted. This is, for example, the case of jurisdiction rules, contract non-performances or instruments governing specific products or services (alimentary, pharmaceutical, insurances, etc).
- [92] For instance, since air transport claims represent more than 63% of the total of cross-border complaints in Catalonia. Barral Viñals and Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 321
- [93] For a vision of the past and future of EU consumer Law, see Christian Twigg-Flesner, 'Comment: the Future of EU Consumer Law - the End of Harmonisation?' in James Devenney and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection: Theory and Practice* (Cambridge University Press 2012) 7
- [94] Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. (OJ L304/64)
- [95] Parra Lucán, 'Nota introductoria. Legislación de Consumo'.
- [96] See Article 123 of the Catalan Statute of Autonomy, approved by *Llei Orgànica 6/2006, de 19 de juliol de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya* (BOE 172, 20-07-2006).
- [97] As for the distribution of competences in consumer Law in Spain, see Alicia de León Arce, 'La protección legal de consumidores y usuarios en España' in Alicia de León Arce and Luz María García García (eds) , *Derechos de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)* (Tirant lo Blanch 2007) 103-155
- [98] See Cristina Poncibò, 'Modernisation for European Consumer Law' in James Devenney and Mel Kenny (eds), *European Consumer Protection: Theory and Practice* (Cambridge University Press 2012) 46.
- [99] For instance, see *Código de Conducta de Confianza Online* (<http://www.confianzaonline.es>; Last accessed 15 July 2012) or the Code of Conduct for the provision of Premium Rate Services (published by *Resolución de la Secretaría de Estado de telecomunicaciones y para la sociedad de la información* of 15 September 2004, BOE 30.09.2004).
- [100] Parra Lucán, 'Nota introductoria. Legislación de Consumo'.
- [101] González-Conejero and others, 'Online Mediation Consumer Tools: Mediapp- Mediweb' 5
- [102] González-Conejero and others, 'Online Mediation Consumer Tools: Mediapp- Mediweb' 5
- [103] See <http://idt.uab.cat/apps/GeoConsum/ca/> (Last accessed 15 July 2012)
- [104] End-users may download Geoconsum from the following web site: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.idt.ontomedia.geoconsum>. (Last accessed 15 July 2012). Geoconsum has not been developed from a commercial enterprise nor is it addressed to for-profit business.
- [105] The source code is published at <https://github.com/idt-uab/GeoConsum> (Last accessed 15 July 2012)
- [106] In accordance with Article 126-10 of the Catalan Consumer Code.
- [107] See note 42
- [108] Banks, 'Appropriate Mobile Technologies: Is Grassroots Empowerment for All?' 27.

[109] See Newman and Doherty, 'Making the law accessible to non-lawyers: effects of different kinds of expertise on perceived usability of online legal information services' 435

[110] Geoconsum has been nominated for the 2012 Innovating Justice Awards.  
See <http://www.innovatingjustice.com/innovations/geoconsum> (Last accessed 15 July 2012)





### **4.3. An assessment of mobile technologies for online consumer mediation in Catalonia**



# Geoconsum: an Initial Assessment of a Mobile App for Online Consumer Mediation in Catalonia

Josep SUQUET-CAPDEVILA

*UAB Institute of Law and Technology, UAB Campus, Faculty of Law, B Building,  
Cerdanyola del Vallès, 08193, Spain*

*Tel: +0034 581 22 35, Fax: + 0034 581 2235, Email: josep.suquet@uab.cat*

**Abstract:** Geoconsum is an open-source mobile application which aims at contributing to empower consumers in Catalonia. It contains two databases on consumer information. The first one relates to consumer entities devoted to offering consumer information and mediation services. The second one encompasses a database on consumer legislation applicable in Catalonia. Geoconsum provides different contact details of the consumer entities, such as emails and web pages and uses geolocation parameters in order to route a map between the end-user and the nearest consumer mediation office. Moreover, in the near future, this application may be integrated with an online mediation platform. This paper outlines an initial assessment of this application that has been provided by consumer mediators at the Catalan Consumer Agency, the institutional body that is in charge of consumer protection, and consumer mediation experts to the local consumer information bodies (OMICs). Consumer associations have also added some input to facilitate application success and improve future versions.

## 1. Introduction

Today, access to courts remains difficult for consumers as court proceedings are economically expensive, as well as legally and practically complex. Alternative Dispute Resolution (ADR) such as mediation or arbitration, as well as Online Dispute Resolution (ODR) are means of consumer redress. Mediation, in particular, appears to be a speedy and efficient system to solve controversies between consumers and traders [1].

The White Book on Mediation in Catalonia (WBMC) showed that consumer mediation is widely used in Catalonia; for instance in 2008 there were more than thirty thousand mediation activities between consumers and traders [1]. In Catalonia, mediation services are undertaken by different entities devoted to the consumer protection: the vast majority of consumer mediations are undertaken in the public sector, either by the Catalan Consumer Agency (*Agència Catalana del Consum*, ACC) or, on a local basis, by the OMICs or the OCICs.<sup>1</sup> Moreover, the Consumer Arbitration Boards undertake a previous mediation procedure before the dispute escalates into an arbitration procedure.<sup>2</sup> In addition, there are also private, not-for-profit entities such as consumer associations that are devoted to offering advice, information and mediation services to their affiliates.

Mediation is a structured process that may be automated to some degree in an online process. Both parties and the mediator may interact online with one another using basic tools such as email or more advanced devices such as electronic boards or

---

<sup>1</sup> OMIC stands for *Oficina Municipal d'Informació al Consumidor* and OCIC stands for *Oficina Comarcal d'Informació al Consumidor*.

<sup>2</sup> See Real Decreto 231/2008, *por el que se regula el sistema arbitral de consumo* (BOE Num. 48, 25/02/2008)

videoconferences. Internationally, there are some examples of ODR providers that have developed dedicated online mediation software (such as Juripax<sup>3</sup> or The Mediation Room<sup>4</sup>). In Catalonia, however, consumer mediation providers do not exploit the benefits of IT. For one thing, even if the bulk of consumer mediations are undertaken by distance communication means, these are basic tools such as emails or telephones [1:358]<sup>5</sup>. The benefits of IT to the dispute resolution have been fully explained by literature focused on ODR [2,3,4,5,6,7]. In short, this includes avoiding travels, cutting costs, gaining time management. Sometimes, the use of IT and an online mediation may overcome eventual fears in face-to-face meetings [8: 132]. Moreover, IT may implement different functionalities that may ensure a smooth running of the online process. For instance, it may monitor the sequences of the process and organize the participation of both parties; it may automatically generate communication messages to the parties; it may present documents to the parties in structured forms or it may help register the cases and allow the storage and retrieval of information [9: 967].

The online mediation process is governed by some principles. Article 132-1 of the Catalan Consumer Code details some of these principles, such as the principle of voluntary participation and self-determination, the principle of confidentiality, the principle of universality and the principle of impartiality.<sup>6</sup> Moreover, in order to accommodate an online consumer mediation process with some European initiatives,<sup>7</sup> additional principles should be taken into account such as the principles of transparency, effectiveness and fairness [8:137]. Furthermore, institutional bodies dealing with online mediation should take into account principles of the e-Administration such as the principle of information security and interoperability [8:141].

Nevertheless, European surveys show that consumers are not well aware of dispute resolution schemes and ADR bodies, needless to say, ODR mechanisms. These details are particularly worrying in Spain, since more than 50% of consumers do not know any public authority or consumer organisation that may be of help in case they experience a problem with a product or a service [10:146]. In this regard, some European institutions have tackled these shortcomings with consumer empowerment policies such as the Consumer Policy Strategy 2007-2013 [11]. Here, the provision of information is one of the key elements to enhance consumer protection and empower them to be able to defend themselves. This involves better transparency and allows consumers to make better choices based on reliable information, thus reducing eventual harm. It is well known that consumers have less information than traders and so may have difficulty in making decisions that reflect their true preferences [12:355].

---

<sup>3</sup> Available at <http://www.juripax.com/EN/home.php> (last accessed 15 July 2012)

<sup>4</sup> Available at <http://www.themediationroom.com/> (last accessed 15 July 2012)

<sup>5</sup> However, the *Instituto Nacional del Consumo* has developed (according to articles 51 and *seq.* of *Real Decreto* 231/2008) a virtual consumer arbitration system where all communications are performed electronically. Within this system, mediation may be undertaken as a previous phase before the dispute escalates into arbitration. Accessible at <http://arbitrajedeconsumo.mspsi.es/> (Last accessed 15 July 2012)

<sup>6</sup> The Consumer Code of Catalonia was approved by *Llei 22/2010 de 20 Juliol, del Codi de Consum de Catalunya* (BOE Num. 196, 13/08/2010).

<sup>7</sup> See the Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Alternative Dispute Resolution for Consumer Disputes and Amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Proposal for a Directive on consumer ADR) SEC (2011) 1408, and the Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Online Dispute Resolution for Consumer Disputes (Proposal for a Regulation on consumer ODR) SEC (2011) 1408.

## 2. Objectives

This paper aims at presenting an initial assessment of Geoconsum, an open-source mobile application implemented at the UAB Institute of Law and Technology<sup>8</sup> that consumers may install in their smartphones.<sup>9</sup> This work is a follow up of another article that has shown the application in more detail [13].

Geoconsum is involved with providing information services to consumers in Catalonia. Consumers may use this mobile application before a dispute arises. However, since some consumer experts believe that consumers usually access a consumer mediation entity once a conflict arises,<sup>10</sup> it may be particularly of use when a dispute begins. It may be used as a tool that offers contact details of consumer mediation entities to consumers, or it may enable consumers to connect directly with online mediation providers by emails or online application forms. Moreover, in a foreseeable future this application might connect consumers with an online mediation platform that, thanks to the Consumedia research project, it will be implemented.<sup>11</sup> Thus, Geoconsum could be used as a mobile gateway of the ODR platform. Some of Geoconsum's functionalities such as the geolocation tools could be added to the platform, and its database could be reused.

In order to provide an assessment of Geoconsum, in May 2012 a questionnaire was delivered to consumer mediation experts at the ACC, OMICS and consumer organisations that perform their activities in Catalonia. Some interviews to consumer experts were also conducted. These experts were selected because they are involved in their daily work with consumer information and mediation activities in both public and private entities. In the end, the evaluation was carried out with fourteen experts. The answered questions have been of use in order to verify the usefulness of the application, and they have raised several critical questions which may help improve the application in the near future.

## 3. Geoconsum: a Mobile App for Consumers

Today, we experience a tremendous growth of mobile applications worldwide. Some voices say that by the end of 2012, mobile devices will already outnumber humans [14:3]. Mobile markets such as the Google Play Store, which enables citizens worldwide to install software in the Android operative system, are new successful phenomena. Mobiles devices are basic and easy-to-use technology, portable and relatively low-cost [15:2]. Moreover, they are well capable of employing new technological tools on the go. In fact, mobile technologies may challenge the nature and the use of legal information services.

The mobile application, the databases and its functionalities have been implemented by mobile software engineers. Geoconsum has been designed by implementing a user-friendly interface with usable, easy-to-use and appropriate technology. For instance, the lay out adapts to the size of tablets or smartphones. Moreover, the application uses android user interface elements such as spinners or bottoms. The application is devised to Android OS devices, although it is expected that it may be later implemented in other operative systems such as Windows Phone and IOS (Apple). The application runs as a standalone application: some components of the client interface, such as screens and forms are not sent from the

---

<sup>8</sup> See <http://idt.uab.cat/>. Geoconsum is accessible at <http://idt.uab.es/apps/GeoConsum/ca/> (Last accessed 15 July 2012)

<sup>9</sup> Geoconsum is also accessible at <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.idt.ontomedia.geoconsum>. The source code is available at <https://github.com/idt-uab/GeoConsum> (Last accessed 15 July 2012)

<sup>10</sup> See below Num. 4

<sup>11</sup> *Consumedia: Plataforma basada en ontologías para el modelado de procesos de medición empresarial y de consumo*, financed by the Spanish Ministry of Science and Innovation (IPT-2011-1015-430000).

server platform to the interface in every interaction. These features are valuable in mobile devices to save battery and bandwidth usage [16:5].

The application contains two different database sets which were manually searched for, classified and implemented. On the one hand, the first database contains information on consumer mediation entities both from the public and private spheres. On the other hand, the second database contains a set of applicable consumer legislation. The latter encompasses normative instruments enshrined by the Catalan executive and legislative powers as well from the central executive and legislative powers. It also provides full text retrieval of European consumer law instruments. There are also instruments of self-regulation and co-regulation such as codes of conduct, recommendations or guidelines. The application enables the search and retrieval by the use of a keyword. This may be done by writing text in the search form. In addition, the application also uses automatic audio recognition by Google.

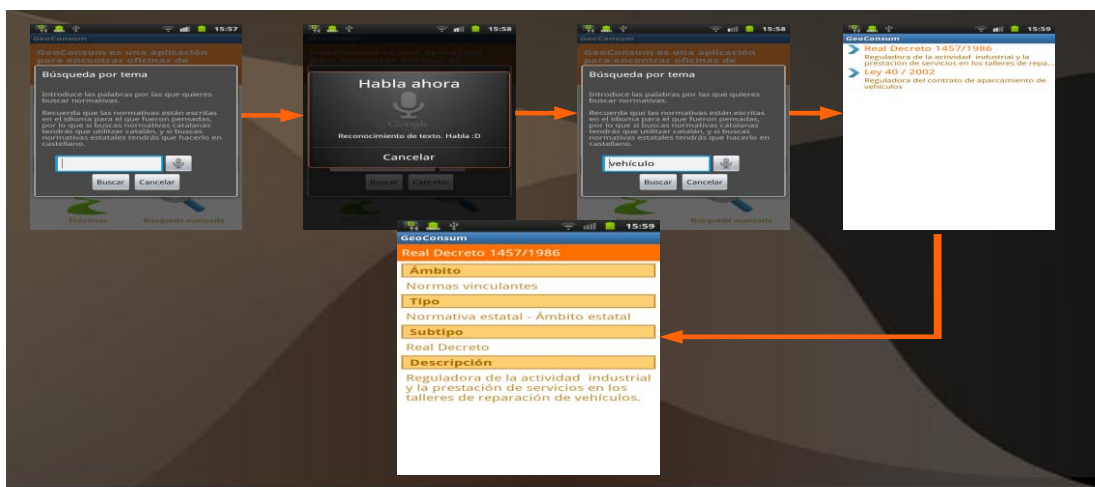


Figure 1. Screenshots of the Legislation Set Functionalities

The consumer entities set consists of a repository of data on consumer bodies that provide information, assistance and mediation services in Catalonia. The application uses a Global Position System (GPS) sensor that permits the geolocation of the end-user. This is important because Geoconsum may provide a route map to the nearest consumer mediation entity according to the location. In this regard, thanks to the geolocation tool, the application provides a list of the nearest consumer entities. Since the application provides contact details of those entities, the end-user may contact the requested office by different communication means such as email, telephone or online web forms.



Figure 2. Screenshots of the Functionalities of the Consumer Entities Set

#### 4. An Initial Assessment of Geoconsum

The first general aspect in the questionnaire introduced several questions in order to determine the degree of information that consumers have on consumer mediation entities and consumer legislation, as well as to identify the major obstacles to accessing consumer legislation. The second aspect to study related to the consumer entities set and its usefulness as to consumers whereas the third aspect related to the usefulness of the legislation set. The fourth aspect to study related to the design of the mobile application and its use in mobile devices. Finally, some tests related to a general evaluation of the application to end-users in order to consider whether the application may contribute to the empowerment of consumers.

As regards the experts' perception of the level of consumer information concerning consumer mediation entities, almost half of the consumer experts believed consumers have enough information about that, whereas the rest believed consumers do not have much information about those entities. In addition, the majority of consumer experts believed that consumers do not have enough information about consumer legislation. As to what are the main obstacles to accessing consumer legislation, more than half of experts considered that the major obstacles are the lack of understanding of legal rules and legal jargon. Moreover, some experts considered that consumers have a lack of interest in consumer legislation since according to their views, consumers usually experience an interest when a problem occurs. Other experts considered the amount of legislation and the normative dispersion as a major obstacle for consumers. The majority of experts believed that Geoconsum might help consumers to have a better knowledge of the consumer legislation applicable in a dispute.

As regards the consumer mediation database set, the questionnaire asked for different sub items. Thus, it asked whether it is useful to provide a list of nearby offices devoted to consumer protection and if it is useful to provide a geolocation tool, so that the application may route a map to the nearest consumer mediation entity. Another question asked whether it is useful to provide a search parameter by type of organisation (ACC, OMIC/OCIC, Consumer Arbitration Boards or consumer organisations) so that consumers may find a specific type of consumer entity. It also asked whether it is useful to allow a search by city, town or village so the consumer may search for those entities located in a particular location. Finally, it asked to number from 1 to 6 the usefulness of different contact means such as the phone number, fax number, email, website, geolocation map and postal address. The idea was to understand what means of communication are more useful.

All experts considered that it is very or quite useful to provide a list of the nearest consumer mediation offices. Moreover, an expert suggested that the app could take into account the consumer domicile, in order to accommodate with the competence attributed by the Consumer Code.<sup>12</sup> Almost all experts considered that it was very or quite useful to provide a geolocation tool with an access map for consumers. All experts considered very or quite useful to provide a search by the type of entity. Moreover, some experts considered that additional information should be displayed in the database such as the competences of those bodies, its public or private character, eventual costs, if any etc. According to the consumer experts, the most relevant contact details to be displayed in the application were the telephone number, email and web page and the less important contact detail referred to the postal address. These results are consistent with the WBMC where experts explained

---

<sup>12</sup> Article 126-10.2 of the Consumer Code establishes that consumer bodies must receive, manage and resolve claims and complaints of, at least, consumers or companies domiciled in their territory. According to the principle of proximity, the consumer body of the consumer's domicile is competent. If there is no consumer office in the consumer's domicile, then the supra-local consumer body is competent.

that the contact means usually used in a mediation process are the telephone and the email [1: 341].

The questionnaire also inquired about the functionalities of the legislation set. First, it tried to clarify whether a legislation compendium is useful for legal experts, but also if consumers may take a benefit from that. In fact, this has been quite controversial since almost half of the experts considered that a legislation compendium is useful or quite useful for consumers whereas half of the experts considered it is not very much useful or useful at all. On the contrary, almost all experts considered that it is very useful or quite useful to provide a compendium of legislation to experts. Some experts raised a concern about the lack of understanding of legislation and legal jargon by consumers; some of them considered that consumers prefer direct responses in plain language. For instance, a FAQ repository is considered as highly valuable. In addition, one expert considered that it would be better classifying the legislation compendium by activity sectors, by products or by different problems that consumers may eventually face.

Moreover, other questions related to the legislation search capabilities and asked whether the search by keyword might be useful, either by a written word or by audio. The majority of experts considered that it is very or quite useful to provide a search by a key word. For instance, it is considered as a time-saving tool. Surprisingly, the majority of experts considered the audio search as not very useful even if one expert considered this aspect very valuable. Another expert considered that since search engines only match exact queries (the search engine would not recognise a word if there is an orthographic mistake) a search by audio would be preferable.

The fourth general aspect of the questionnaire regarded the design and the use of Geoconsum in mobile devices. The questionnaire asked experts whether they find the design appropriate and user-friendly for consumers. It also asked whether mobile devices might help consumers access to information, to which almost all experts very much or quite agreed. Some experts considered that mobile devices are the first way to obtain information today. However, some concerns were raised about the digital divide and the fact that elderly users do not usually use smartphones. Almost all experts considered the design of Geoconsum as appropriate and user-friendly.

Furthermore, another set of questions related to a general evaluation of the application. Thus, the experts were asked whether they believe that Geoconsum might be useful to consumers and might contribute to empowering consumers. In this regard, all experts considered that Geoconsum might contribute to empowering consumers and bringing consumer mediation entities closer to consumers. Almost all experts considered that Geoconsum might be of use to consumers.

Finally, the questionnaire asked experts to consider what other features could be added to the application in order to improve it. The final idea was to integrate this application with the online mediation platform which would be implemented by the Consumedia project. Some experts suggested including a link to the ACC's recommendations or displaying the information telephone number 012. Overall, the results indicate that experts considered interesting to locate physically the conflict via GPS positioning, or to enable making a picture of the item in conflict. The integration of the mobile app into an ODR platform has been considered as an interesting line for further work.

## **5. Results and Conclusions**

Today, online consumer mediation is considered as an efficient and speedy means of redress between consumers and traders. However, European surveys show that consumers are neither well informed about existing methods of ADR or ODR nor about consumer mediation bodies that may assist them in case they experience a problem with a product or a service. The provision of reliable and up-to-date information is a key element in order to



enhance consumer protection. Consumer mediation providers do not exploit the potential of IT tools. In Catalonia, even if the bulk of consumer mediations are undertaken by distance communication means, these only include basic tools such as telephone and emails.

This paper shows the results of a qualitative study on Geoconsum, an open-source mobile application that end-users may install free of cost into their mobile devices such as smartphones or tablets. In order to assess the usefulness of the application, a questionnaire was delivered to consumer mediation experts at the CCA, to consumer information offices and to consumer associations. In addition, some interviews were conducted with consumer mediation experts.

Overall, the results of the assessment study are very encouraging. It is worth to note that experts consider that this application may contribute to increasing the empowerment of consumers and bringing consumer mediation entities closer to consumers. Moreover, this application has been nominated for the Innovating Justice Awards, designed to improve the rule of law and access to justice.<sup>13</sup>

One of the main contributions of this work may be related to the fact that it provides a mobile device as the main information tool, and therefore, consumers may contact mediation entities on the go. Moreover, Geoconsum introduces some technological elements into the realm of consumer information bodies that neither institutional nor private entities do not use yet. Some functionalities related with geolocation, such as providing a list of the nearest consumer mediation entities or showing a route map to the chosen entity, are considered particularly useful tools by experts. The application also uses automatic speech recognition in the search and retrieval engine.

Nevertheless, there are several challenges than have to be taken into account. First, since consumer Law includes a significant number of normative instruments in different legal disciplines [17:17] the legislation compendium will require a constant updating. This will also be required as to the consumer mediation entities. Second, semantics may improve the search and retrieval features. Thanks to semantics, the application may be able to use conceptual information retrieval, where the results can be clustered by meaning [18, 19: 3]. Thus, the application may understand what the consumer is searching for, and it may circumvent some problems such as orthographic misspellings or lack of synonym detection [20:140]. Third, it would be interesting to present a FAQ repository or a list of different topics written in plain language in the consumer legislation database. This could help consumers understand the content of the Law.

Since this is an open-source application, Geoconsum's may be reused by ODR platforms, online mediation bodies or any consumer information body. Moreover, in the near future this application may connect consumers with an online mediation platform to be implemented by the Consumedia research project.

## Acknowledgements

The research presented in this paper has been developed within the framework of two different projects: (i) ONTOMEDIA: Semantic Web, Ontologies and ODR: Platform of Web Services for Online Mediation (2009-2011), Spanish Ministry of Science and Innovation (CSO-2008-05536-SOCI); (ii) CONSUMEDIA: *Plataforma basada en ontologías para el modelado de procesos de mediación empresarial y de consumo*, Spanish Ministry of Science and Innovation (IPT-2011-1015-430000).

---

<sup>13</sup> See [http://www.innovatingjustice.com/innovations/geoconsum?view\\_content=details](http://www.innovatingjustice.com/innovations/geoconsum?view_content=details) (last accessed 15 July 2012)

## References

- [1] Barral Viñals I and Suquet Capdevila J, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P. Casanovas, J. Magre, M<sup>a</sup> E. Lauroba (ed), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya. edn, Huygens 2011).
- [2] Katsh E and Rifkin J, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001).
- [3] Rule C, *Online dispute resolution for business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002).
- [4] Kaufmann-Kohler G and Schultz T, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004).
- [5] Hörnle J, *Cross-border Internet Dispute Resolution* (Cambridge University Press 2009).
- [6] Lodder A and Zeleznikow J, *Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology* (Cambridge University Press 2010).
- [7] Cortés P, *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011).
- [8] Suquet-Capdevila J, 'Exploring Online Consumer Mediation in Catalonia: Principles and Technological Uses' (2012a) 20(2) *International Journal of Law and Information Technology* (Summer 2012) 124.
- [9] Poblet M and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in P. Casanovas, J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).
- [10] European Commission, *Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment* (2011)
- [11] Commission of the European Communities, *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and the European Economic and Social Committee. EU Consumer Policy strategy 2007-2013. Empowering consumers, enhancing their welfare, effectively protecting them.*(13.3.2007, COM(2007) 99 final. {SEC(2007) 321} {SEC(2007) 322} {SEC(2007) 323}2007)
- [12] Howells G, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32(3) *Journal of Law and Society*.
- [13] Suquet-Capdevila, J 'Mobile Technology and Consumer Empowerment: an Application for Online Consumer Mediation in Catalonia (Geoconsum)' (2012b) In press, *European Journal of Law & Technology*.
- [14] CISCO, *Cisco White Paper. Cisco Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011-2016* (2012) [http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white\\_paper\\_c11-520862.html](http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-520862.html)
- [15] Poblet M, 'Introduction to Mobile Technologies, Conflict Management, and ODR: Exploring Common Grounds' in Marta Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- [16] González-Conejero J and others, 'Online Mediation Consumer Tools: Mediapp- Mediweb' (2011) eChallenges e-2011 Conference Proceedings.
- [17] Calais-Auloy J and Temple H, *Droit de la consommation* (8e édition edn, Dalloz 2010).
- [18] Berners-Lee T, Hendler J and Lassila O, 'The Semantic Web' (May 17, 2001) *Scientific American*.
- [19] Warren P, Studer R and Davies J, 'Introduction' in John Davies, Rudi Studer and Paul Warren (eds), *Semantic Web Technologies. Trends and Research in Ontology-based Systems* (John Wiley & Sons, Ltd 2005).
- [20] Bontcheva K and others, 'Semantic Information Access' in John Davies, Rudi Studer and Paul Warren (eds), *Semantic Web Technologies. Trends in Research in Ontology-Based Systems* (John Wiley & Sons, Ltd 2006).

## **Chapter 5**

### **Global Summary of Results and Discussion. Final Conclusions and Further Work**

#### **5.1. Global Summary of Results and Discussion**

##### **5.1.1. Presentation of the chapter**

This chapter presents the global summary of results, a discussion upon these results and points out some conclusions that culminate this doctoral thesis. The preceding chapters are revisited with some final remarks.

The discussion is structured in four broad sections or areas: After these introductory remarks, the second section discusses about mediation in a field that has been traditionally influenced by an adjudicative mechanism such as arbitration. In Spain, B2C controversies have been addressed through the Consumer Arbitration Scheme, which establishes a final and binding award to a B2C dispute. This section deals with the question whether mediation is an efficient means of redress of consumers versus companies' conflicts. It also shows whether the consumer domain supports the introduction of IT and online proceedings.

The third section pretends to answer whether Information Technologies (IT) can assist mediation proceedings in the B2C domain, and what technologies could be better suitable for that. Hence, it poses the role that IT may have in a mediation process as to assist the parties and the process itself. IT may contribute to increase the communication between the parties and to better organise the process. The section also presents some findings for online consumer mediation in Catalonia. It also discusses online mediation versus other ODR mechanisms such as assisted negotiation, automated arbitration, online arbitration, or decision and support negotiation tools.

The fourth section discusses the regulatory principles of online consumer mediation in Catalonia. It analyses different legislative instruments in various legislative levels. It takes into account the succinct regulation enshrined by the Consumer Code in Catalonia and it compares it with regulatory and draft legislative instruments in the EU, among other institutional documents. Thus, it discusses what

principles may be applicable to online consumer mediations in Catalonia today, but it also foresees what additional principles may be required, mainly by the enshrinement of new norms on ADR and ODR in the near future at the EU level.<sup>1</sup>

Finally, the fifth section focuses on technology. Today, one of the main drawbacks for the full development of mediation is to overcome the lack of consumer and trader awareness as regards consumer mediation bodies and ADR/ODR mechanisms. Therefore, the fourth section discusses how technology can act as a means of consumer empowerment by increasing their access to information and to justice. Here, it presents the conceptual framework of the mobile application, Geoconsum. This includes various aspects such as mobile technologies, legal information databases, semantics and search and retrieval.

## **5.1.2. Consumer mediation in Catalonia**

### **5.1.2.1. Mediation *versus* arbitration**

Mediation has a different conceptual framework than arbitration. On the one hand, arbitration is a determinative process whereby a third impartial person dictates an award that is binding on both parties. On the other hand, mediation is a relational justice mechanism.<sup>2</sup> This implies that, in a mediation process, justice is produced through cooperative behaviour, agreement, negotiation or dialogue among consumers and traders.

A mediation process is a structured and voluntary method of redress whereby a third impartial party assists the parties so that they try an agreement by themselves.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Directive 2013/.../EU of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) ((EP-PE\_TC1-COD (2011)0373), 2013); European Parliament, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Regulation (EU) No .../2013 of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR)* ((EP-PE\_TC1-COD (2011)0374), 2013). Moreover, UNCITRAL Working Group III, Online Dispute Resolution. Accessible at [http://www.uncitral.org/uncitral/en/commission/working\\_groups/3Online\\_Dispute\\_Resolution.html](http://www.uncitral.org/uncitral/en/commission/working_groups/3Online_Dispute_Resolution.html) (Last accessed March 2013).

<sup>2</sup> See Pompeu Casanovas and Marta Poblet, 'Concepts and Fields of Relational Justice' 323.

<sup>3</sup> This definition conforms to the definition of mediation in Article 3a) of Directive 2008/52/EC of the European Parliament and of the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters, (OJEU L136/3).

It is a voluntary process since the parties retain control of the process, and they can withdraw from it at any moment.<sup>4</sup> Moreover, it is a consensual mechanism because only the parties can obtain an agreement by themselves, which cannot be imposed or proposed neither by the third party nor by anyone else. It has been said that mediation is a conciliatory process in which both parties see their interests preserved in a fair and reasonable settlement of the dispute, and thus, it is a win-win situation.<sup>5</sup> Furthermore, the process must be implemented with the focus on obtaining a solution rather than determining which party is right or wrong.<sup>6</sup> A mediation process may contribute to speed up the process, and accordingly to lower the costs.<sup>7</sup> In the consumer field, the intervention of a third mediator may overcome concerns of the unbalanced powers and the different bargaining powers existing between the parties.

#### **5.1.2.2. A regulatory framework of consumer mediation in Catalonia**

Today, consumer mediation is implemented in Catalonia as a tool for the resolution of conflicts in a domain that has been traditionally dominated by an adjudicative mechanism, the Consumer Arbitration Scheme. The Consumer Arbitration Scheme, enshrined in the mid 90s is currently regulated by Real Decreto 231/2008.<sup>8</sup> This legislative instrument establishes a common regime for B2C disputes that end with a final arbitration award. According to this instrument, a trader or professional may, before the conflict origins, voluntarily join the scheme. Thus, when a consumer initiates a complaint, the trader is bound to settle the dispute through this

---

<sup>4</sup> See, on the characteristics of mediation, for instance, Christopher Moore, *El Proceso de Mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos* (Anibal Leal tr, Ediciones Granica, S.A. 1996)44 et seq. Also, Klaus Peter Berger, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006)119 et seq.

<sup>5</sup> *ibid*37.

<sup>6</sup> The general rule for the RD 231/2008 is that arbitrators rule on equity, unless otherwise agreed by the parties (Article 33.1).

<sup>7</sup> For instance, see Ethan Katsh and Janet Rifkin, 'Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace' 25.

<sup>8</sup> The Consumer Arbitration Scheme was initially regulated by *RD 636/1993, de 3 de mayo, por el que se regula el sistema arbitral de consumo* (Published in *Boletín Oficial del Estado*, BOE, Num. 121, of 21 May 1993. Currently, it is regulated by *RD 231/2008, de 25 Febrero de 2008, por el que se regula el sistema arbitral de consumo*, published in -BOE Num. 48, of 25 February 2008). *RD 231/2008* is amended by *Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo* (BOE Num. 126, of 25 May 2009).

determinative process,<sup>9</sup> which is binding to the parties and directly enforceable.<sup>10</sup> However, even if a company has not previously joined this scheme, a company may be subject to it by virtue of an arbitration agreement; additionally, when a consumer initiates an action against a trader and this accepts the submission to the consumer arbitration system.<sup>11</sup> Even if the previous legislation already considered mediation in the CAS, the RD 231/2008 introduced some provisions with the aim at promoting mediation before the conflict escalates into arbitration.<sup>12</sup>

In this context, the Catalan Consumer Code sets out some rules on consumer mediation.<sup>13</sup> Both consumer matters and mediation mechanisms are matters that are attributed to the competence of the Catalan Government.<sup>14</sup> Thus, in Catalonia, consumer mediation, as a redress mechanism has a practical autonomy over arbitration. Analysed data shows that consumer mediation is widely used, and in any case more used than arbitration mechanisms. In fact, companies prefer this mechanism rather than a determinative process. According to data obtained from the Junta Arbitral de Consum de Catalunya, only a small percentage of mediation processes that have failed to reach an agreement between the consumer and the trader, further escalate into an arbitration phase.<sup>15</sup>

Moreover, other legislative instruments may affect consumer mediation. In fact, there are some instruments covering mediation in Private law and mediation in the consumer domain, both at the European level and the national level. Nevertheless, the applicability of general mediation instruments to the scope of B2C mediations is far from clear, and thus, the legal landscape of consumer mediation must be clarified. The

---

<sup>9</sup> Article 25 RD 231/2008. This is known as *oferta pública de adhesión*.

<sup>10</sup> Article 43 *Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje* (BOE 309, 26 diciembre 2003). On the Spanish Consumer Arbitration Scheme see, for instance Alberto Casado Cerviño, 'El arbitraje de consumo' in Alberto de Martín Muñoz and Santiago Hierro Antibarro (eds), *Comentario a la ley de arbitraje* (Marcial Pons 2006).

<sup>11</sup> Article 24 and 37.3 of RD 231/2008.

<sup>12</sup> Article 38 RD 231/2008.

<sup>13</sup> See article 132-1 and *seq.* of the Consumer Code. The Consumer Code was approved by *Llei 22/2010, de 20 Juliol, del Codi de Consum de Catalunya*, See Book I, Title III, articles 131-1 to 133-5 (Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, DOGC, Num. 5677, of 23 July 2010) (Hereinafter, Consumer Code).

<sup>14</sup> See Articles 106.2 and 123 of the Statute of Autonomy of Catalonia, approved by *Llei Orgànica 6/2006, of 19 July 2006, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya*. (Published in BOE Num. 172, of 20 July 2006).

<sup>15</sup> See Chapter 3.2. Table 8.

following paragraphs are devoted to analysing this aspect in both the European and national level:

i) At the European level, the mediation Directive applies, in cross-border disputes, “to civil and commercial matters except as regards rights and obligations which are not at the parties’ disposal under the relevant applicable law”.<sup>16</sup> The Directive specifies some matters that are excluded from its scope of application; yet, it does not refer to the consumer domain.<sup>17</sup>

There are some reasons to defend the application of Directive 2008/52 to the consumer domain.<sup>18</sup> One reason is the notion of “civil and commercial matters” as interpreted by the European Court of Justice. Moreover, recital 11 of the Directive sets out some mechanisms that are not regulated by the Directive such as negotiation, adjudication, judicial conciliation schemes and “processes of an adjudicatory nature such as (...) consumer complaint schemes (...)”. Furthermore, recital 18 of the Directive refers to the Commission Recommendation 2001/310 and states that in the field of consumer protection “any mediators or organizations coming within the scope of that Recommendation should be encouraged to respect its principles”. In addition, in the elaboration process of such Directive, the European Parliament proposed an amendment that, even if it was finally rejected, it stated that the Directive was applicable to conflicts in the consumer domain.<sup>19</sup>

Therefore, it is believed that the mediation Directive enshrines a general regime of mediation in civil and commercial matters that could also be observed in a particular area, the consumer field. A new legislative instrument, the EC Directive on Consumer ADR, will very soon regulate this particular domain. In this regard, the Proposal for a Directive on Consumer ADR and the final text of the Directive mention “the Mediation Directive promotes the amicable settlement of disputes, including

---

<sup>16</sup> Article 1.2 Directive 52/2008/EC.

<sup>17</sup> Article 1.2 also states that “it shall not extend, in particular, to revenue, customs or administrative matters or to the liability of the State for acts and omissions in the exercise of State authority (*acta iure imperii*)”.

<sup>18</sup> See Chapter 2.

<sup>19</sup> It is believed that this amendment was finally rejected because it declared to include the principles of the EC Recommendation 310/2001 in the final text. See European Parliament Legal Affairs Commission, *Final report on the proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (COM(2004)0718 – C6-0154/2004 – 2004/0251(COD))* (Final A6 0074/2007, 2007)6

consumer disputes.”<sup>20</sup> According to Recital 19 of the Directive on consumer ADR, this instrument applies horizontally to all type of ADR procedures, including to ADR procedures covered by Directive 2008/52/EC, and in the event of conflict between the two legislative instruments, the ADR consumer Directive should prevail.<sup>21</sup>

Nevertheless, the Spanish legislator has not followed this analysis. Act 5/2012, which transposes the mediation Directive in Spain, declares that mediation in consumer affairs is excluded from its scope of application.<sup>22</sup> Yet, it could be suggested that mediations conducted outside the Consumer Arbitration Scheme could benefit from some of those provisions. In particular, a mediator acting outside the CAS and conducting a high-value consumer mediation process may prefer to use the formality requirements of this Act so that the agreement can be considered enforceable.

Furthermore, very recently two European legislative instruments have been approved. The Directive on consumer ADR shall apply to all type of ADR processes in the consumer domain, including mediation. In particular, it shall establish a common regime for both domestic and cross-border disputes concerning contractual obligations stemming from sales or service contracts through the intervention of an ADR entity which proposes or imposes a solution or brings the parties together with the aim of facilitating an amicable solution. The Regulation on consumer ODR will set up an online platform for the resolution of cross-border online complaints between a consumer resident in the Union and a trader established in the Union.

ii) The parallel regulation of general civil matters and specific consumer affairs is also posed in the Catalan legislation. On the one hand, Act 15/2009 establishes a general framework for private law mediation in Catalonia.<sup>23</sup> On the other hand, the Consumer Code establishes some principles for mediation in consumer affairs.<sup>24</sup> Again, the applicability of the Private Law Mediation Act to B2C disputes is far from clear. If this Act aims at regulating mediation in the general scope of private Law, the

---

<sup>20</sup> Proposal for a Directive on Consumer ADR (Explanatory Memorandum, 2).

<sup>21</sup> Recital 19 Directive on Consumer ADR. Consolidated legislative document of the Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 (EP-PE\_TC1-COD(2011)0373).

<sup>22</sup> *Ley 5/2012, de 5 de marzo, de mediación en asuntos civiles y mercantiles* (Article 2.2 d). This Act is published in BOE 56, of 6 March 2012.

<sup>23</sup> *Llei 15/2009, de 22 de juliol, de mediació en l'àmbit del Dret privat* (of Mediation in Private Law). DOGC 5432, of 30 July 2009.

<sup>24</sup> *Llei 22/2010, de 20 Juliol, del Codi de Consum de Catalunya*, See Book I, Title III, articles 131-1 to 133-5.



Consumer Code provides for specific rules in the consumer sector. The text and the Explanatory Memorandum of Act 15/2009 recognise the existence of mediation in a particular field (B2C) that may have its own characteristics. Its Explanatory Memorandum states that Act 15/2009 respects the mediation services created by the Catalan Consumer Agency.

Act 15/2009 primarily focuses on family mediation as well as other civil matters.<sup>25</sup> Yet, this does not mention mediators in the B2C domain. Moreover, article 2 determines the different domains under which this Act is applicable: first, to family mediation and second, “to any conflict in private Law where parties have to maintain relations in the future.” Accordingly, there are some consumer disputes that may fulfil this requirement, such as disputes between a telecom company and a consumer. In cases like these, both parties may presumably prefer to maintain relations in the future.<sup>26</sup>

Therefore, Act 15/2009 may be considered applicable to B2C mediations as long as their dispositions do not collide with the principles of B2C mediations. There are, nevertheless some collisions between its text and the consumer mediation: i) a clear collision derives from the limitation to online mediation when this Act states that the parties and the mediator must personally attend the meetings and “only in exceptional situations where the simultaneous presence of parties is impossible they may use technical means that facilitate distance communication.”<sup>27</sup> Indeed, the rules on consumer mediation must enable the use of ICT and permit those proceedings to be online; ii) The flexibility of the consumer mediation process would suggest not applying the procedural rules set out by Act 15/2009, which determine some formal requirements such as an informative session, an initial meeting, or an initial and final mediation document.<sup>28</sup> Thus, the specificities of consumer mediation would suggest not applying the rules on the procedure that may be too formalistic for the former

---

<sup>25</sup> See Joaquim Joan Forner Delaygua, 'La Ley Modelo UNCITRAL de conciliación internacional: ¿en qué puede ayudar a la conceptualización normativa de la mediación?' in Elena Lauroba, Immaculada Barral and Isabel Viola (eds), *Materiales Jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada edn, 2011) 9598

<sup>26</sup> There are some cases, though, that parties may not want to maintain relations in the future, such as some one-off transactions occurred in Internet.

<sup>27</sup> Article 8 of *Llei 15/2009*.

<sup>28</sup> Article 11 deals with an informative session, article 12 deals with the beginning of the mediation, article 15 deals with an initial meeting, article 16 deals with the initial record and article 18 deals with the final record of the mediation process.

process. Moreover, the Consumer Code sets up a mandate for the Catalan Government to further develop those rules by regulating the consumer mediation process and creating the rules as regards the beginning, development and ending of the proceedings, as well as the effects of consumer mediation.<sup>29</sup> The future Decree on the procedure of consumer mediation will probably solve some of these problems.

### 5.1.2.3. The consumer mediation providers

Consumer mediation providers are either institutional or private. As to the institutional bodies, the Consumer Code considers them as Public Consumer Services.<sup>30</sup> Moreover, a further classification of the institutional bodies may be related to bodies that undertake consumer mediations within the Consumer Arbitration Scheme (Consumer Arbitration Boards)<sup>31</sup> and bodies that undertake consumer mediations outside the scope of the Consumer Arbitration Scheme, the Consumer Catalan Agency and the local and supra local information offices (OMICs, OCICs). In Catalonia, the vast majority of consumer mediation services are undertaken by institutional bodies.<sup>32</sup>

As for private consumer mediation providers, these may typically encompass organisations that safeguard the interests of consumers (e.g., consumer organisations) as set out by the Consumer Code.<sup>33</sup> In addition, there may be sector-oriented organisations and mediation bodies that have emerged thanks to a co-regulation framework and that provide a code of conduct.<sup>34</sup> Moreover, there are entities devoted to mediate in the cross-border sector. In this regard, the European Consumer Centre in Spain is the Spanish contact point for cross-border consumer complaints in Europe.<sup>35</sup> The ACC also provides advice and mediation to cross-border consumer complaints through its European unit.

---

<sup>29</sup> Final Disposition 2, Consumer Code. Just before submitting this thesis, a draft Decree on consumer mediation has appeared on public consultation.

<sup>30</sup> Article 126-10 of the Consumer Code establishes that “Public consumer services must receive, manage and resolve complaints and claims, at the very least, from consumers residing in their territorial jurisdiction, undertake the mediation and, if necessary, direct them to the consumer arbitration system.”

<sup>31</sup> Article 5 of RD 231/2008 deals with the *Juntas Arbitrales de Consumo*.

<sup>32</sup> 94% of consumer mediations are undertaken by institutional bodies. Chapter 3.2, table 3.

<sup>33</sup> Article 127-4 of Consumer Code establishes that consumer organisations have among others, the following functions: “managing consumer-related disputes, particularly through mediation.”

<sup>34</sup> For instance, see [www.confianzaonline.es](http://www.confianzaonline.es) (Last accessed January 2013).

<sup>35</sup> Accessible at: <http://cec.consumo-inc.es/cec/Index.html> (Last accessed January 2013)

Conducting mediation activities in the consumer field does not require the existence of a public body to monitor the process. Private mediations may protect the interests of both parties in conflict, specially the consumer, as the weaker party. Moreover, mediation is currently configured as the first possible phase of the dispute resolution process. If parties do not agree on a solution, they may still have the option of an arbitration process, provided that the company has joined the Consumer Arbitration Scheme. If the company has not joined the Arbitration Scheme it is unlikely that it will accept going into an arbitration process once the conflict has arisen and after the mediation process has ended without agreement. In addition, mediations conducted by consumer organisations have a higher rate of agreements than institutional agreements. In the institutional area, around 50% of mediation processes end with an agreement between the parties. This figure rises up to 80% of mediation agreements with mediations conducted in consumer associations.<sup>36</sup> Institutional bodies may more easily derive the conflict to the Consumer Arbitration Scheme than private entities. In addition, mediators in consumer organisations may adopt a more active role in the mediating activities.

Nevertheless, outside the general scope of consumer mediation, the Consumer Code recognises only public ADR schemes of consumer protection in sector-oriented areas.<sup>37</sup> The reservation to public schemes may be criticized since the same Code encourages the adoption of codes of conduct,<sup>38</sup> and currently private codes of conduct are fully recognized in the consumer area.<sup>39</sup>

The bodies entitled to protect consumers provide different services that may aim at assisting consumers and companies in conflict. Sometimes, in preliminary proceedings, these bodies may undertake different initial activities to bring the parties together, to channel the reclamation or to communicate with one of the parties. Moreover, the mediation activities undertaken by consumer associations might pose

---

<sup>36</sup> This may be due because consumer associations might intensify mediation activities because if the process fails the only remaining option is to forward the dispute to the Consumer Arbitration Scheme.

<sup>37</sup> Article 131-2 Consumer Code establishes that consumer disputes are “channelled mainly through the use of consumer mediation and arbitration”, notwithstanding subjects or areas that “have public systems of ADR”.

<sup>38</sup> See Article 311-2 and 311-2.3 of the Consumer Code.

<sup>39</sup> Royal Decree 1163/2005 of 30 September, which regulates the public label of confidence in the information society services and electronic commerce, and the requirements and procedure for the grant. (BOE No. 255 of October 25, 2005).

some concerns as regards their independence because these entities act on behalf of their affiliates, the consumers. Nevertheless, they do employ mediation techniques so that the parties try to obtain an agreement.

#### **5.1.2.4. The parties of a consumer mediation process**

As regards the parties of a consumer mediation process, the picture of consumer mediation in Catalonia indicates that there is a concentration of consumer claims against few and, big-sized companies. Consumers are the weaker party of the relationship and typically there are many consumers complaining about against few companies in similar conflicts.

Companies involved in consumer mediations are usually large entities dealing with telephone, Internet or air transport services.<sup>40</sup> Almost half of mediations end up with an agreement, although the results vary depending on the sector in which the controversy is involved.<sup>41</sup> For instance, there are interesting differences of the mediation results between the sectors having a greater number of complaints. Mediations related to telephony and Internet services have a superior percentage of mediated agreements than the rest.<sup>42</sup> In contrast, air transport-related services have a much lower percentage of agreements than the rest.<sup>43</sup> Moreover, telephony and Internet have a discrete sanctioning rate, that is opposite with the air-transport sector, with a high sanctioning rate. These differences could perhaps be explained by two factors. Controversies in the telephone/Internet sector usually involve consumers that are very disappointed because of the difficulty of having their complaint merely answered; when the company agrees to talk in a mediation process the complaint can be relatively easily solved. Controversies in the air transport sector relates to bad practices than air transport companies seem to have, in particular when selling products online. Furthermore, large companies are also involved in other sectors with

---

<sup>40</sup> In the internal sector, 40% of disputes relate to companies dealing with telephone/internet services whereas in the cross-border scope, 63% of consumer disputes are related with air transport services.

<sup>41</sup> Chapter 3.2, 165; I. Barral Viñals and J. Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 301-370, 327.

<sup>42</sup> In this sector, 57% of mediations end up with an agreement. The average rate of mediated agreements in Catalonia is around 50%.

<sup>43</sup> This is the most conflictive sector in the cross border domain. There are only 26% of mediation agreements.

a high volume of mediations such as the utilities sector<sup>44</sup> or the hotel industry.<sup>45</sup> However, consumer mediations are also undertaken by medium and small companies in sectors such as traditional or electronic commerce.

One of the main drawbacks of the consumer mediation process is the lack of perceived neutrality or impartiality of the consumer mediation institutions. Traders see institutional bodies as coercive powers in favour of consumers and consumer associations as biased entities, that is, entities favouring consumers. Yet, consumers usually believe that consumer bodies and associations are devoted to protecting them against companies. As a result, companies tend to consider mediation bodies biased in the favour of consumers, which generates distrust for companies when entering a consumer mediation process. Consumers tend to consider mediation bodies biased in their favour, which leads to consumers believing that they will obtain all they want.

Some of these concerns may be addressed by providing better information tools to both consumers and traders. Indeed, there is a need to better inform both consumers and traders about the consumer mediation process, to increase the transparency in the way mediators undertake their obligations, and to inform on the Consumer Law legal landscape. This may probably increase the traders' trust in the scheme and maintain the interest of consumers. Providing better information may increase the benefits of consumer mediation and it may increase the positive perceptions of both traders and consumers. IT may be an efficient option for improving access to information. I will go back on this on section 5 of this Chapter.

As regards the **consumer mediators**, the Consumer Code requires mediators to be experts.<sup>46</sup> Currently, only mediators at the Catalan Consumer Arbitration Boards undertake mediations as a full time work. The rest of mediators also undertake additional functions such as offering information and advice to consumers or managing consumer complaints (such as receiving, classifying complaints etc). Mediators themselves emphasize their role as facilitators; they take care that the parties understand their rights and obligations and become closer, with the aim that they can reach an agreement and even restore the relationship that has been deteriorated.

---

<sup>44</sup> This is the second more mediated sector in internal mediations with 8%.

<sup>45</sup> In the cross-border domain, this is the second sector with more mediations with also 8% of mediations.

<sup>46</sup> Article 131-2 Consumer Code.

However, according to the different bargaining power of consumers and traders, consumer mediators also agree that they may be expected to undertake a more active position as to level off the positions of the parties. It is important to empower consumers so that they make informed choices and enter a mediation process knowing their rights and obligations.

#### **5.1.2.5. The informality of the consumer mediation process**

The consumer mediation process takes place without many formality requirements. The process may include basic stages such as the classification, beginning, development, and ending of the mediation process.<sup>47</sup> A typical consumer mediation process may be initiated by a consumer's request of mediation; the entity then classifies the conflict and determines its admission or not. It should be noted that some legislative developments may force the consumer to present first a complaint against the trader, before referring to mediation.<sup>48</sup> Moreover, classifying the complaint is relevant because it serves to qualify the conflict as a B2C or B2B relationship, and thus address it to a consumer complaint body or to a B2B complaint body. Then, the entity typically designs a mediator. If the mediator accepts to undertake a mediation process, he contacts the trader and asks him whether it accepts to enter a mediation process. If the trader accepts, a mediation process begins. Since this is a voluntary process, either party, the consumer or the company may abandon the process in any moment. The mediation process may end up with an agreement or without agreement.

The formality requirements enshrined in B2B mediations, particularly as regards the procedure must not be applicable to the B2C realm. The Private Law Mediation Act in Catalonia establishes different formal steps that may be of little use in the consumer domain. Indeed, Act 15/2009 provides for an initial record of the mediation process that the parties in conflict and the mediator must sign, and it also states that an

---

<sup>47</sup> See the flowchart of the consumer mediation process in Chapter 3.2, 184-185; I. Barral Viñals and J. Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 346-347.

<sup>48</sup> For instance, Article 5.4.a of Directive on consumer ADR or Article 13 of the Catalan draft Decree on the procedure on consumer mediation.

original copy must be given to the parties.<sup>49</sup> Moreover, the termination of the process must be formalised with a termination record, either if it terminates with an agreement or without an agreement. The parties and the mediator must sign the termination record, and an original copy must be given to the parties. The Catalan Private Law Mediation Act establishes that the duration of the civil mediation process may depend on the nature and complexity of the conflict, but it cannot exceed sixty days.<sup>50</sup>

As regards the general Law on mediation in Spain, *Ley 5/2012*, of 6 July, it requires several protocols to be formalised in the mediation process.<sup>51</sup> According to this Act, mediation processes must have an informative session at the beginning of the process, as well as a constitutive session.<sup>52</sup> Moreover, it requires having a record of the constitutive session which has to contain a certain number of aspects and that has to be signed by the parties and the mediator.<sup>53</sup> Further to the mediation sessions, *Ley 5/2012* also requires having a record of the termination of the process, which also has to inform about several aspects and that parties and the mediator must sign. A printed original of the termination record and the agreement must be given to the parties.<sup>54</sup> The parties and the mediator must also sign the mediation agreement and an original copy must be given to the parties.<sup>55</sup>

The Consumer Code does not regulate the process and, therefore, it is for the mediation provider, or the mediator to establish the steps of the process, provided that they obey to the general principles of the process. In practice, this may imply that a consumer mediation process can be less structured. In particular, the Consumer Code does not regulate the number and duration of the sessions or the total duration of the process. Thus, the number of sessions and their duration is something that may be subject to internal protocols of the administrative providers. As regards the **mediation agreement**, the Consumer Code sets out that it is facultative for the parties

---

<sup>49</sup> See articles 16 to 18 of *Llei 15/2009*, (Private Law mediation Act).

<sup>50</sup> Article 17.1 *Llei 15/2009*. Moreover, it establishes that the Government in a further regulation must determine the maximum number of mediation sessions (article 17.2).

<sup>51</sup> *Ley 5/2012*, de 6 de Julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles (of mediation in civil and commercial matters) (BOE 7 July 2012, Num. 162).

<sup>52</sup> Article 17 and 19 *Ley 5/2012*.

<sup>53</sup> Article 19 *Ley 5/2012*.

<sup>54</sup> Article 22 *Ley 5/2012*.

<sup>55</sup> Article 23 *Ley 5/2012*.

to formalise the mediation agreement in a written document signed by them and the mediator.<sup>56</sup> The Draft Decree on the procedure of consumer mediation addresses some of these aspects. In any case, it is advisable to maintain a flexible regulation of the mediation procedure. A low-value consumer complaint usually does not involve a complex decision-making case, and thus, such cases could be addressed through simplified electronic procedures. An online form could set up both positions of the parties and ask the parties to determine the monetary sums that each party is willing to accept. In addition, such simplified procedures could also take into account blind-bidding automated negotiation enabling the parties to use software that could solve the pecuniary conflict if the parties agree on an economic margin.

### **5.1.3 ODR and online consumer mediation in Catalonia**

#### **5.1.3.1 Technologies for online mediation**

##### **5.1.3.1.1. Technologies to support the process or the parties**

Any technology may be employed in the context of ODR systems. However, there are some technologies that may be specifically indicated to support the mediation process. In this field, IT may be classified as either being mainly addressed to support the process itself or to mainly support the parties of the process. In the first case, the technology is devoted to organising the process so that it is ensured a smooth running of it. In the second case, the technology may be devoted to helping the parties decide what to do in any part of the process. Here, decision support systems may include diverse functionalities such as those related to assisting the parties with the formulation of their positions and quantifying the different aspects in a controversy. Moreover, the fourth party may also substitute the third party by calculating the best possible deal. The system may also facilitate the interchange of information between the contending parties through online complaint forms by which the parties express the offers and counter-offers. In addition, it may also include functionalities related with the representation of the conflict such as the characterisation of the conflict or the classification of the case. Here, the mediation entity may employ online complaint

---

<sup>56</sup> Article 132-3 Consumer Code.



forms so that the positions of the parties are gathered in a pre-defined typology or in a standardised way. Moreover, other technology devices may be employed such as psychometric profiling or facial recognition systems.

It might be noted that the Artificial Intelligence (AI) literature has also uncovered the opportunities that the ODR field may bring as a field of study. From an AI perspective, the literature is focusing on the methodologies and tools that may implement automated processes of dispute resolution. In fact, this has led to the emergence of a new field of study, known as Agreement Technologies (AT) that is intended to analyse the theory and practice of computer systems that can make agreements on behalf of human users having conflicting interests.

In this sense, the use of ontologies and Multi-Agent Systems may be devoted to implementing dispute resolution automated processes. An ontology has been defined as a formal, explicit specification of a shared conceptualisation.<sup>57</sup> They are also used in modelling legal knowledge. For instance, an ontology may enable the online mediation platform to assign the mediator or to properly classify the conflict from the complaint text that has been written by the complainant in plain language. Ontologies may also be useful as to select the legal basis of a complaint. However, ontologies have some drawbacks mainly related to not being easy to implement and maintain. Therefore, this makes it difficult to represent complex legal decision-making as a stand-alone solution.

Moreover, Multi-Agent Systems are usually used as a tool to model complex software systems and simulate intelligent behaviour.<sup>58</sup> They function with the interactions between autonomous entities having different information and/or conflicting interests. Autonomous agents are capable to make their decisions and actions without external intervention in normative environments. The normative element indicates that the interactions between the sets of agents are norm-governed, with the norms prescribing how the agents should and should not behave.<sup>59</sup> Some

---

<sup>57</sup> R. Studer, V. R. Benjamins and D. Fensel. 'Knowledge engineering: Principles and methods' (1998) 25(1) *Data Knowledge Engineering* 161, 184.

<sup>58</sup> Sindhu Joseph. 'Coherence-Based Computational Agency' (Doctoral thesis, Universitat Autònoma de Barcelona 2010) 3.

<sup>59</sup> Guido Boella and Leendert van der Torre. 'Regulative and Constitutive Norms in Normative Multiagent Systems' (CLIMA'05 Proceedings of the 6th international conference on Computational Logic in Multi-Agent Systems London June 27-29 2005) 303.

acclaimed platforms of dispute resolution are based on this methodology.<sup>60</sup> Furthermore, electronic institutions have been considered as a form of regulated open multi agent since they embody prescriptive and governance features which may be applied to activities involving software or human agents.<sup>61</sup>

#### **5.1.3.1.2. Communication and administration tools for online mediation**

ITC may be used as for communication purposes, that is enhancing the communications of the parties or for improving the administration and organisation of the process. Currently, mediators have in their hands a whole new set of devices that they can use when assisting the parties. Disputants can also rely on IT devices when approaching to solve their dispute. The importance of IT in this domain may be highlighted because these technologies may primarily contribute to increase the communication between the parties, the mediator and the online mediation provider. These communication activities may activate, acknowledge or keep track of mediation landmark stages.<sup>62</sup> At present, there are many communication tools that may be used. Emails, discussion forums and electronic boards are some asynchronous tools that are usually employed in online platforms. Videoconference, instant messaging or chats are synchronous communication devices.

Basic technological tools such as SMS or email may support a mediation process so that it functions more smoothly. In other cases, the technology may enhance the functionalities of a mediation process such as it happens when parties have the possibility to draw online a picture of the conflict or the arguments of the parties. The creative use of web 2.0 tools may also enhance the functionality of a consumer mediation process. For instance, the use of Wikis can enable users to participate in the interactive elaboration of arguments and proposals, which can be interesting in consumer collective complaints. In other cases such as online mediation platforms, the technology may enable the development of an online mediation process. In the latest

---

<sup>60</sup> See <http://www.cognicor.com> (Last accessed March 2013).

<sup>61</sup> Pablo Noriega and Carlos López de Toro. 'Towards a Platform for Online Mediation' (Proceedings of the Workshop on Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009) in conjunction with ICAIL 2009. CEUR Workshop Proceedings CEUR-WS.org/Vol-482/, Barcelona 12/06/2009 2009) 67, 69.

<sup>62</sup> *ibid*, 68.

cases, without the intervention of different technological functionalities, the process cannot be developed.

In addition to communication functionalities, IT components may support the administration and organisation of the mediation process.<sup>63</sup> Indeed, IT may be an extremely powerful tool in the back office, providing a better management of the process. This may include information storage systems with information embedded in databases or case management systems. Hence, IT may be addressed to control the mediation flow process.<sup>64</sup> This would be the case with functionalities that could set out the phases and deadlines of different acts of the process (e.g., registry of the complaint, answer, presentation of documents, agreements etc) and require the parties to take some actions depending on those phases such as presenting the complaint or the complaint response, argumentation, etc. Moreover, the system may also register the case and store different acts of the parties so that the mediator or the parties may have an easy access to them. Furthermore, the system may also establish structured forms for the presentation of documents and arguments as well as for the acts themselves. These forms may sometimes be ad-hoc; that is designed for a conflict, a product or service. In the most sophisticated cases, these services may rely on a fully automated system in which the process is IT mediated. Finally, decision support systems may also be employed in online mediation platforms that implement optimal allocation models of the items in dispute.

### **5.1.3.2. Findings for online consumer mediation in Catalonia**

#### **5.1.3.2.2. IT and consumer complaints**

The characteristics of the consumer domain indicate that this area is especially suitable for the introduction of IT devices. Complaints are usually of a low-value, and the typology of claims indicates few big-sized companies running similar services against many consumers facing similar problems. Thus, most consumer complaints may be easily standardised. This is relevant because standardisation enables mediation

---

<sup>63</sup> Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts', 24.

<sup>64</sup> Marta Poblet and others, 'ODR y mediación en línea: Estado del arte y escenarios de uso' 159, 164-165.

entities to classify conflicts, which is useful when using online forms or employing assisted mechanisms. This is also of use when building adequate domain ontologies in order to implement a fully automated process, or when implementing an online mediation platform dedicated to B2C conflicts. Standardisation is also useful because it allows, through an assisted negotiation tool, to a better treatment of the information which is being delivered by the complainant.

Online consumer mediation may be of assistance in cross-border conflicts, where parties are far away from each other. In Catalonia, almost the totality of the cross-border consumer mediations undertaken by the European unit at the ACC are undertaken by distance communication means such as emails, telephone or SMS.<sup>65</sup> When parties are located far away, an online mediation process may be particularly suitable. The low value of the complaint indicates that a physical resolution mechanism may be difficult, and an ODR mechanism may be the only realistic option; otherwise, the dispute would probably remain unresolved.<sup>66</sup> In fact, online mediation as well as other ODR mechanisms were first considered as benefiting parties that would be separated by distance, and thus to solve conflicts that could not be easily solved in a face-to-face meeting.<sup>67</sup>

Nevertheless, online mediation processes are suitable for low-cost consumer complaints regardless of the existing distance between the parties. Indeed, even in parties located in the same area or region the low value of consumer disputes makes it uneconomic to provide physical mediation schemes. Accordingly, online mediation may help deliver a rapid and inexpensive response and resolution of the complaint. Moreover, online consumer mediation may be suitable not because of distance requirements but for emotional or personal aspects. In fact, consumers may fear a face-to-face contact with the adversary.<sup>68</sup> In conflicts posing differences in the

---

<sup>65</sup> This is the so-called, *Servei de Consum Europeu* (SCE).

<sup>66</sup> Noam Ebner, 'E-Mediation' 357, 365 *et. Seq.*

<sup>67</sup> As recognised in the first mediated affair of the Online Ombuds Office, an online mediation project at the University of Massachusetts, which it says, "The parties here were not brought together face to face even though they were in the same area and a physical meeting was possible. One of our premises about online intervention was that it would be employed because parties would be separated by distance. Here, only the mediators were at a distance." Available at <http://www.ombuds.org/narrative1.html#Message%201> (Last accessed January 2013).

<sup>68</sup> In the first mediated affair of the Online Ombuds Office, an online mediator helped a citizen who owned a web site and posted some local news resolve a problem with a local newspaper claiming

bargaining power of the parties such as in the B2C relationship, consumers may prefer not to see the companies' representatives even if they are located in the same town or village. In this regard, the survey on ODR providers indicates that the B2C field is especially indicated for offering online services. Thus, of the ODR providers that state that they offer their services to electronic commerce, half of them offer their services specifically to the B2C environment and more than a quarter offer their services to the consumer versus consumer domain.<sup>69</sup>

#### **5.1.3.2.3. A preference for basic asynchronous, text-based tools**

The survey included in Chapter 2 underlines that the majority of ODR providers use asynchronous, text-based communication tools.<sup>70</sup> Emails, forums or electronic boards are the communication tools mostly used. Moreover, the empirical research contained in Chapter 3 shows that the communication tools mostly used in consumer mediations are also basic, text-based tools such as SMS or emails. The ACC employs online complaints forms, and their mediators contact the parties preferably by telephone or email; it also offers a videoconference facility although, for the knowledge of this author, its use is quite residual.

The preference for asynchronous tools may be related to the fact that asynchrony enables the parties to reply at their convenience, and thus offering them a time to reflect before delivering a sudden and temperamental answer.<sup>71</sup> This may also help when power imbalances exist, since the party that feels less powerful may be less intimidated.<sup>72</sup> Moreover, the preference for asynchronous mechanisms may be related to these tools being less demanding in terms of bandwidth requirements, as opposed

---

copyright infringement. Available at <http://www.ombuds.org/narrative1.html#Message%201> (Last accessed March 2013).

<sup>69</sup> See chapter 2.2, 67. M. Poblet and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' 943-1008, 972. Indeed, 47% of providers offer their services to B2C, 35% offer their services to C2C, and 18% offer their services to B2B.

<sup>70</sup> Indeed, 42% of ODR providers provide only asynchronous communication tools whereas 10% of them provide only synchronous tools, such as chats, videoconferences or voice over IP. Yet, almost 50% of them use a combination of asynchronous and synchronous communication tools. Chapter 2, 69.

<sup>71</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' 23; Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts' 62 et seq.

<sup>72</sup> *ibid* 62.

to videoconferences.<sup>73</sup> The picture of ODR also shows a very limited use of collaborative or web 2.0 devices.<sup>74</sup> There have not been found any examples of Wikis in this domain.<sup>75</sup>

#### 5.1.3.2.4. Online mediation for online and offline conflicts

Today, the question whether online mediation is specifically suitable for electronic commerce disputes or it is also suitable for disputes originated in the offline world may be solved. As it has been said, the line separating offline from online activities is constantly shifting, often in unexpected ways.<sup>76</sup> The eBay success for typical offline products such as car and real estate purchases indicates that ODR can be very effective for disputes that were traditionally left for brick-and-mortar third neutrals. Therefore, online mediation may be suitable for both online and offline activities. Indeed, the ODR survey has shown that ODR and online mediation providers do not perceive these procedures as designed exclusively for solving electronic commerce controversies: the majority of ODR and online mediation providers offer their services in a generic scope, either in a B2C or B2B relationship.<sup>77</sup> Only a quarter of ODR and online mediation providers are specifically devoted to e-commerce.<sup>78</sup> Accordingly, it may be inferred that online mediation is of help not only in the e-commerce sector but also in other traditional areas.

In the offline world, the sector study of consumer mediation in Catalonia show that the sectors more mediated are not specifically directed to either online or offline

---

<sup>73</sup> It has also been said that the preference for text-based tools may be due to some cultural value of written texts as methods to formalize agreements. Leah Wing and Daniel Rainey, 'Online Dispute Resolution and the Development of Theory' in Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012) 23, 29.

<sup>74</sup> Such as the web Consumoteca which is built on a collaborative basis: <http://www.consumoteca.com/> (Last accessed January 2013).

<sup>75</sup> Consumer mediation bodies appear to be isolated from other ODR/ADR systems or even court processes, and vice versa. Accordingly, these bodies do not include interoperability concerns as to their mediation services.

<sup>76</sup> Orna Rabinovich-Einy. 'Technologies' Impact: The Quest for a New Paradigm for Accountability in Mediation' (2006) 11 Harvard Negotiation Law Review 253, 286.

<sup>77</sup> See Chapter 2.2, 972-973. 65% of ODR providers and 61% of online mediation providers offer their services to a generic domain.

<sup>78</sup> Only 26% of ODR providers, and 27% of online mediation providers are specifically devoted to e-commerce. Chapter 2, 67 et seq.

activities, and thus they may include both scopes. For instance, air-transport is the area with more cross-border mediation activities.<sup>79</sup> This implies conflicts derived from the transport of persons such as loss of baggage or transport delays, and it also implies some bad practices in the online sales of air passenger transport tickets. Moreover, in the cross-border sector, less than one out of ten consumer complaints are related to electronic commerce.<sup>80</sup> Internet/telephone services are the domains with more internal consumer mediations.<sup>81</sup> Typically, this happens for portability reasons, or when companies bill consumers for connections that have not been done, or services that have not been hired. However, it also happens for services that have not been provided and had been advertised on their websites. The other sectors more mediated are not strictly related to e-commerce.<sup>82</sup> Electronic commerce only appears on 1.5% of internal consumer mediations.

### **5.1.3.3. Mechanisms in support of online consumer mediation**

ODR mechanisms or services are a toolbox, a set of mechanisms that may be employed to help assist the parties in a controversy.<sup>83</sup> Each dispute may have its own needs, and it may be optimal for the ODR provider to implement diverse mechanisms such it is usually done with multi-tiered ADR clauses.<sup>84</sup> An online mediation platform may take into account the particularities of the claim and implement some of the following mechanisms.

Online mediation is a structured process mainly assisted by a third human party, the mediator, who does not impose nor proposes a solution, but puts his efforts in bringing the parties together in order they solve the conflict by themselves. This process is mainly facilitated through the use of Information and Communication Technologies, which are principally devoted to facilitating the communication between

---

<sup>79</sup> 63% of cross-border consumer mediations are related to air-transport.

<sup>80</sup> Electronic commerce is the third area with more mediation services (6.9%).

<sup>81</sup> 40% of internal consumer complaints are related to Internet/telephone services.

<sup>82</sup> These are traditional commerce, which is the second area with more mediation services in the internal sector (11.3%) and telephone services and utilities services (8.2%).

<sup>83</sup> The role of these mechanisms may be facilitative (such as mediation), advisory (such as conciliation) or determinative (such as arbitration). Comité Européen de Normalisation (CEN), 'CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools' 16.

<sup>84</sup> See, for instance the multi-tier process at <http://www.ecodir.org> (Last accessed March 2013).

the parties and the management of the process. As it has been put up, mediation is the fastest growing dispute resolution method.<sup>85</sup> The ODR survey shows that mediation is by far the method mostly used by ODR providers; almost three out of four ODR providers employ mediation services.<sup>86</sup> In addition to online mediation, some of the basic and most relevant mechanisms are usually considered being the following: assisted negotiation, automated negotiation, negotiation decision support services and online adjudication (arbitration).<sup>87</sup>

In an assisted negotiation process, the disputing parties try to achieve an agreement through direct, bilateral communications. The ODR provider offers the parties IT devices that may play a role similar to that of the third neutral party. In this technology facilitated negotiation or enhanced negotiation, the ODR provider offers sophisticated IT devices to the parties so that they can improve their ability to reach a solution.<sup>88</sup>

Arguably, in an assisted negotiation, IT may be of assistance as regards two main aspects: i) as a filtering tool for the claims and the presentation of information by the claimant and the respondent; ii) In the back-office, as regards the processing and management of the parties' activities. In the first case, the technology software may ask questions and suggest answers. Hence, the ODR provider tries to identify the key information that needs to be displayed by the parties. The claimant may be required to specify what type of contract, or service failed, in what areas, etc. This may be beneficial for the mediator and the mediator provider as well as for the parties. For the mediation provider, this implies a considerable effort of conceptualization and standardisation of the possible outcomes. Yet, once the claim is specified, it may be easier to manage it, to appoint a mediator, or deliver it to the correct mediation unit. The last aspect may be useful if the ODR provider has to differentiate between B2B

---

<sup>85</sup> Pablo Cortés, 'Can I Afford Not to Mediate? Mandatory Online Mediation for European Consumers: Legal Constraints and Policy Issues', 1.

<sup>86</sup> Chapter 2.2, 68.

<sup>87</sup> The literature that has analysed these methods is very wide. See, for instance: Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts' especially, 55-69; Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' 10-45; Pablo Cortés, 'Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union' 64-70.

<sup>88</sup> Orna Rabinovich-Einy. 'Going Public: Diminishing Privacy in Dispute Resolution in the Internet Age' (2002) 7 Virginia Journal of Law and Technology, Vol. 7, Summer 2002 29; Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' 14.



and B2C claims, which it may be quite common as the protective nature of consumer legislation. Moreover, for an ODR body, it is easier to manage a claim that has been clearly drawn up and specified than an unspecific claim. For the claimant, this may benefit him because he can reflect and think about what has currently happened; he may be deterred from initiating a complaint that is meaningless. In cases like this, the ODR provider may include a whole set of automated answers that are delivered to the user as long as he or she follows the assisted negotiation process.

Image 1. eBay's assisted negotiation

The image shows a screenshot of the eBay Resolution Center. The main content area is titled "Resolve a problem" and includes the following text: "We always encourage our members to communicate with each other when there's a problem with a transaction. If you've already attempted to contact the member but were unable to resolve the problem, you can open a case." Below this, it says "To start the resolution process, please tell us what your problem is:". There are two columns of radio button options: "I bought an item." with "I haven't received it yet." (selected) and "I received an item that does not match the seller's description."; and "I sold an item." with "I haven't received my payment yet." and "I want to cancel a transaction." A "Continue" button and a link "My problem is not listed here" are at the bottom. The right sidebar is titled "Help" and lists: "How eBay Buyer Protection works", "What to do when a buyer doesn't pay", "Canceling a transaction", "What to do when you don't receive your item or it's not as described", "Resolving buying problems", "Resolving selling problems", and "Report a problem with a buyer".

Source: eBay Resolution Center <http://resolutioncenter.ebay.com/> (Last access January 2013)

Second, the technology may assist the online mediation provider and the mediator as regards back-office services, specifically to monitoring the online mediation process. This includes sending reminders, determinate the phases and the deadlines of the proceedings or requiring some actions to the parties according to the phase of the process. Both aspects analysed of technology-assisted negotiation may be used in any ODR mechanism, with an consensual, advisory or determinative character.

Automated or *blind bidding* negotiation refers to those processes that aim at facilitating the resolution of the dispute between the parties without the intervention of a human person as a third party.<sup>89</sup> The blind bidding negotiation is a negotiation method where the offer and demand are kept hidden during the negotiation. The process would be as follows: One party invites the other to negotiate the amount of money in dispute. When the other party agrees, they start a blind bidding process whereby both parties make secret offers or bids, which will only be disclosed if both

<sup>89</sup> Ibid 17 et seq.

offers match certain standards. It is usual that parties can submit up to three offers and if the bids of both parties come within a predetermined range or a given amount of money, then the software automatically settles the dispute in the midpoint of the two offers. It is important to note that if no settlement is reached, the offers are never revealed to the other party. A particular example of this negotiation method is Cybersettle,<sup>90</sup> a patented software that has been considered as an efficient method for saving money and years of litigation in the US in certain areas, particularly pecuniary disputes related with insurance compensations and commercial activities.<sup>91</sup> However, it may be less suitable for other processes that are susceptible of assessment.

Closely related to ODR are some Negotiation Decision Support Systems (NDSS). In these processes, the technology may supplement human knowledge in order to decide about some elements of a dispute. This is done with the conversion of the disputing issues into numeric figures where the system may ultimately calculate the best possible deal. The system may help the parties to focus on what it is that they themselves really want rather than seeking to deprive the other party of what they want. The most well-known examples, Family Winner and Asset Divider, indicate that they are well suited for family-related disputes such as divorces. These systems also include trade-offs and compensation strategies.<sup>92</sup>

Finally, online arbitration is an adjudicatory and determinative model that involves the participation of a third party that imposes an award, which is binding and enforceable to the parties. It is considered as a quasi-judicial procedure because the arbitrators' awards replace judicial decisions.<sup>93</sup> Unlike mediation, parties may try to persuade the arbitrator with their argumentation and evidence precisely because the arbitrator imposes a final award. This is why this mechanism, also in the online environment, is more formal than mediations, and the principles on due process must be fully ensured.<sup>94</sup> Online arbitration is usually focused on B2B disputes even if in Spain

---

<sup>90</sup> Accessible at <http://www.cybersettle.com> (Last accessed March 2013).

<sup>91</sup> Pablo Cortés, 'Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union' 65. As P. Cortés shows, there are approximately 150,000 attorneys registered with Cybersettle, which contributed to the settlement of over 100,000 disputes.

<sup>92</sup> Emilia Bellucci, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' 55-69.

<sup>93</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law' 6

<sup>94</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice', 199.

the virtual arbitration within the Consumer Arbitration Scheme is intended towards B2C disputes.<sup>95</sup> In Spain, online arbitrations are allowed according to the general Law on arbitration.<sup>96</sup>

#### **5.1.3.4. The Consumedia platform: a user case**

A user case of an online mediation platform may be found in the Consumedia research project. The main objective of the project is to build a generic platform of online mediation for both B2B and B2C disputes. The Catalan Consumer Agency (ACC) and the General Council of the Catalan Chambers of Commerce act as valuers of the platform. Currently, the project is in its pilot phase, whereby the platform is being evaluated.

Consumedia provides both asynchronous and synchronous communication tools, both with text-based and audio-visual facilities. The online mediation platform implements electronic messaging and a public and a private chat. It also provides an electronic board where parties can write any eventual arguments or drawings. Moreover, it contains a mediation room with a videoconference facility. This shows both the claimant and the respondent, which are horizontally placed on the top of the screen; the mediator is displayed underneath. In addition, one of the distinct elements of the videoconference facility may be the use of facial recognition mechanisms to help the mediator ascertain the different emotions of the parties.<sup>97</sup> Additional communication tools can be further implemented, such as SMS, emails or more sophisticated telepresence options. The platform also provides back-office facilities such as a repository of pending and current mediations for the mediator, a historical database of mediations already conducted, and the description of the different cases.

---

<sup>95</sup> See Chapter 5 of RD 231/2008.

<sup>96</sup> *Ley 60/2003, de 23 de diciembre, sobre arbitraje*. See Chapter 2; Josep Suquet Capdevila. 'Online Dispute Resolution (ODR): Una visión jurídica del estado del arte tecnológico' (2010) XXII(1) *Revista Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje* 57,70.

<sup>97</sup> This technology is explained in Adrià Ruiz and Xavier Binefa, 'Modelling facial expressions dynamics with Gaussian Process Regression' in David Riaño, Eva Onaindia and Miguel Cazorla (eds), *Artificial Intelligence Research and Development. Proceedings of the 15th International Conference of the Catalan Association for Artificial Intelligence* (Frontiers in Artificial Intelligence and Applications, IOS Press 2012) 91.

Figure 2. Consumedia online mediation platform



#### 5.1.4. Regulatory principles of Online Consumer mediation in Catalonia

##### 5.1.4.1. Core principles of online consumer mediation in Catalonia

The Consumer Code provides for a succinct regulation of the applicable principles to the consumer mediation. These principles are also applicable to mediation services that operate online. Moreover, from a comparative study, this thesis has analysed whether additional core principles recognised by other European and international instruments may also be applied and if so, suggest their application in the territorial domain of Catalonia.<sup>98</sup>

<sup>98</sup> References to the *core, nuclear or structural* principles of mediation versus *additional* principles may be found in Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' 108 (as regards core requirements of ODR). As for general mediation in Catalonia, see Elena Lauroba and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' in Pompeu Casanovas, Jaume Magre and Elena Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. edn, Huygens 2011) 827838 and Aura Esther Vilalta Nicuesa, 'El marco jurídico: derecho comparado' in Pompeu Casanovas, Jaume Magre and Elena Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Departament de Justícia. Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011), 161). This work does not analyse other principles that may affect an online consumer mediation process such as the principle of expertise, included in Directive 52/2008, article 6 of Proposal for a Directive on consumer ADR, or in article 3 of Llei 15/2009, the general regulation of private Law mediation in Catalonia. This work neither analyses the principle of good faith included in the EC Recommendation 2001/310, art. D (d) or article 9 of Llei 15/2009.

The enshrinement of some principles of online consumer mediation indicates that these have to be applied to all mediations undertaken in this domain, either in the public or in the private sphere. It should be noted that when dealing with principles beyond analysing each of them individually, they should be taken into account as a system, where their interrelationship is necessary. Furthermore, it should also be noted that principles may be broadly or more narrowly defined. When broadly defined they may be more flexible but may present some problems of interpretation to practising mediators; a more detailed approach may help mediators in their activity but may highlight more conflicts between those principles. The comparative study of the principles of the online consumer mediation as a system shows that there are no absolute principles. Sometimes one issue may be covered with different principles and sometimes tensions between these principles are reflected.

The Consumer Code recognises the principles of voluntary participation and self-determination, impartiality and confidentiality. It also recognizes the principle of universality. Other European and international documents recognise additional principles such as the principle of transparency, the principle of fairness and the principle of effectiveness. In the online environment, the online mediation provider should follow the principle of information security and the principle of interoperability.

#### **5.1.4.1.2. The principle of voluntary and self-determination**

One of the core elements of the consumer mediation process is that this is a voluntary and self-determined process. It empowers the parties to find their own self-determined resolution of the conflict. Article 132-2-2 of the Consumer Code establishes that parties are free to initiate the process as well as free to withdraw from the process at any stage of it. Indeed, consumers may initiate a complaint in the framework of the Consumer Arbitration Scheme<sup>99</sup> or outside. In the former case, the complaint may be initiated with a mediation proceeding, and if parties fail to reach an agreement they are required to undertake an arbitration proceeding, which eventually

---

<sup>99</sup> According to article 9 of RD 231/2008, consumers may initiate an individual arbitration request (*solicitud individual de arbitraje*).

end up with an arbitration award.<sup>100</sup> In the latter case, if the parties do not agree on a settlement they are not bound to undertake a further arbitration proceeding. In any case, it is obvious that these proceedings aim at assisting consumers to solve their controversy and, therefore, for consumers there is no obligation to initiate the process, and they may abandon it at any moment. As regards the companies, they may voluntarily agree to be bound by the process before the consumer initiates a complaint. Companies may be bound to the Consumer Arbitration Scheme by virtue of an arbitration agreement, which establishes a prior phase of mediation.<sup>101</sup> The voluntariness does not contradict the possibility of requiring the parties to attend a prior mediation process, before undertaking an arbitration proceeding because it does not impede access to justice.<sup>102</sup>

This principle was not recognised by the Proposal for a Directive on consumer ADR. However, the European Parliament presented an amendment that aimed at introducing the notion of voluntariness. Article 1 mentions that “consumers can, on a voluntary basis, submit complaints against traders (...).”<sup>103</sup>

#### **5.1.4.1.3. The principle of impartiality**

Impartiality, neutrality and independence are commonly employed when defining mediation processes, even if those concepts are, in practice, very difficult to distinguish. Some authors have considered that impartiality is an abstract concept, which refers to an independent state of mind, whereas independence is a factual concept which refers to the absence of connection between those entrusted with the resolution of the dispute and the parties before them.<sup>104</sup> Other authors show how some codes of conduct ask mediators to withdraw the process on grounds of independence when there is a conflict of interest.<sup>105</sup> In Spain, some literature considers

---

<sup>100</sup> Art. 38 RD 231.

<sup>101</sup> Article 25.1 and 38 of RD 231/2008.

<sup>102</sup> Elena Lauroba and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' 839.

<sup>103</sup> European Parliament, Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Directive 2013/.../EU of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0373), 2013).

<sup>104</sup> See Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' 112.

<sup>105</sup> See Pablo Cortés, 'Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union' 156.

that impartiality refers to the fulfilment of objective conditions of equidistance, whereas neutrality refers to the mediator as acting without favouring either party.<sup>106</sup> Moreover, other authors have considered that according to the principle of impartiality, the mediator cannot support the interest or points of view of either party or act contrary to the position of either party.<sup>107</sup> According to the latest authors, neutrality refers to the mediators' powers in relation to the outcome of the mediation process, that mediators cannot impose any solution to the outcome.<sup>108</sup>

The EC Recommendation 310/2001, the European Code of Conduct for mediators<sup>109</sup> and the Catalan Consumer Code refer only to the impartiality principle. The final text of the Directive on consumer ADR considers that "Member States shall ensure that the natural persons in charge of ADR (...) are independent and impartial."<sup>110</sup>

Moreover, Act 15/2009 on private mediation in Catalonia refers to both the impartiality and the independence principles whereas the Spanish Act 5/2012 differentiates between neutrality and impartiality. According to Act 5/2012, the impartiality principle establishes that the mediator cannot act against one of the parties nor have an interest with one of them,<sup>111</sup> and the neutrality principle recognises that the agreement may be achieved by virtue of an agreement between the parties.<sup>112</sup> RD 231/2008 establishes that the mediator within the Consumer Arbitration Scheme is subject to the same requirements applicable to arbitrators, namely, independence, impartiality and confidentiality.<sup>113</sup> In such a conceptual context, consumer experts usually do not tend to differentiate between those concepts.<sup>114</sup>

In any case, the mediator cannot be biased towards any of the parties. The mediator has to let the parties solve the controversy between them and he cannot

---

<sup>106</sup> L. García Villaluenga, *Mediación en conflictos familiares. Una construcción desde el derecho de familia* (Reus 2006) 403.

<sup>107</sup> Elena Lauroba and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' 827, 841 et seq.

<sup>108</sup> Ibid.

<sup>109</sup> Article 2.2 European Code of Conduct for mediators.

<sup>110</sup> Article 6 Directive on consumer ADR.

<sup>111</sup> Article 7 *Ley* 6/2012.

<sup>112</sup> Article 8 *Ley* 6/2012.

<sup>113</sup> Article 38.3 RD 231/2008.

<sup>114</sup> Chapter 3.2, 173; I. Barral Viñals and J. Suquet Capdevila, 'La mediación en el ámbito de consumo' 301-370, 335.

propose a solution nor adopt an advisory or determinate role such can respectively, conciliators and arbitrators do. In this process, especially because some concerns of the parties as regards partiality of third persons, the mediator must endeavour to be seen as acting with impartiality.<sup>115</sup> Therefore, even if the mediator must be impartial he or she must provide both parties the tools so that they fully understand the process and the eventual agreement to which they arrive. An open question remains whether the mediator can re-equilibrate the power of the parties when there is a different bargaining power. In this regard, the ODR literature has exposed the benefits of using the fourth party in order to solve some of the perils of biased behaviours by third persons.<sup>116</sup> Obviously, this poses the issue that some efforts should be put towards the programming phase rather than the dispute resolution process.<sup>117</sup>

The mediator can assure the principle of impartiality by disclosing in any moment of the process any information which may be related to his possible conflicts of interest with the parties. When that happens he must decline his intervention in the process.<sup>118</sup> If a resignation and disqualification system could benefit the impartiality principle, this may lead to slow down the process and be superfluous since the parties are able to withdraw from the process at any moment.<sup>119</sup>

The mediation provider can ensure the application of the principle of impartiality or independence by appointing the mediator for a fixed term and additionally, by providing those necessary rules so that the mediator is not relieved without just cause. Even if the Consumer Code does not explicitly mention it, this is the meaning of the final text of the Directive on consumer ADR,<sup>120</sup> or the EC Recommendation 310/2001.<sup>121</sup> It is necessary to have in mind that the setting of some

---

<sup>115</sup> Article 2.2 Code of Conduct for mediators.

<sup>116</sup> C. Rule has pointed out that computers in different incarnations such as solution set databases, blind bidding negotiations or multivariable resolution optimization programs are less concerned with perceptions of bias since they only follow their programming instructions. Colin Rule, 'Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts' 56.

<sup>117</sup> Ibid 55.

<sup>118</sup> Article 132-2-3 of the Consumer Code; article 6.1e and 6.2 of Directive on consumer ADR.

<sup>119</sup> In general private law in Catalonia, this is supported by Elena Lauroba and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' 827, 841.

<sup>120</sup> Article 6.1.a Directive on consumer ADR.

<sup>121</sup> Principle II A Recommendation 2001/310/EC.



requirements on the selection and appointment of the mediator does not introduce further complexity to the process.

#### 5.1.4.1.4. The principle of confidentiality

The principle of confidentiality is understood as an essential principle of the mediation process since it guarantees a proactive attitude by the parties.<sup>122</sup> This is to be observed by all the parties of the process: the mediator, the contending parties,<sup>123</sup> as well as the staff<sup>124</sup> or to those administrating the process.<sup>125</sup> When related to experts, this is closely related to the professional secrecy.<sup>126</sup> It raises an obligation not to do or not to disclosure the information related to the mediation process.<sup>127</sup>

The object of the duty to keep confidentiality lies on the information arising out or in connection with the mediation process.<sup>128</sup> It is referred to the information treated in the course of the mediation process and documents and acts elaborated in the course of the same.<sup>129</sup> Moreover, other aspects have also been indicated such as the behaviour shown by the parties during the process.<sup>130</sup> The consequences of the principle of confidentiality affect the mediator who cannot act later on as a witness or an expert in a proceeding arising out or in connection with the mediation process.<sup>131</sup> Correspondingly, both parties cannot propose the mediator to act as a witness in a further proceeding that could affect the object of mediation, and the mediator has to

---

<sup>122</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law' . See paragraphs 79 *et seq.*

<sup>123</sup> Article 132-2.4 Consumer Code. This article omits to say that the mediator cannot act as an arbitrator later on, but only refers to a witness or expert.

<sup>124</sup> Such as establishes article 7.1 *Llei 15/2009* on Mediation in Private Law.

<sup>125</sup> Article 7.1 of Directive 2008/52/EC of the European Parliament and of the Council of 21 May 2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (2008) OJ L/136/3. The Spanish Act 5/2012 considers that the duty of confidentiality lies on the mediator, the mediation institutions and the parties (Article 9.1).

<sup>126</sup> Isabel Viola Demestre, 'La confidencialidad en el procedimiento de mediación' in Elena Lauroba, Immaculada Barral and Isabel Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la mediación en Cataluña* (Justicia y Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d'estudis jurídics i formació especialitzada 2011) 165, 170. Article 17.4 Directive on consumer ADR.

<sup>127</sup> Isabel Viola Demestre, 'La confidencialidad en el procedimiento de mediación' (2010) IDP, Revista Dret i Política, Número 11 <<http://idp.uoc.edu/ojs/index.php/idp/article/view/n11-viola/n11-viola>>, 4.

<sup>128</sup> Article 9.1 Directive 52/2008.

<sup>129</sup> Article 132-2-4 and 5 Consumer Code.

<sup>130</sup> European Parliament Legal Affairs Commission, 'Final report on the proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (COM(2004)0718 – C6-0154/2004 – 2004/0251(COD))' .

<sup>131</sup> Article 132-2-4 Consumer Code.

renounce to act as an expert in those cases.<sup>132</sup> Even if the Consumer Code does not mention it, the mediator should not be allowed to act later on as an arbitrator in the same process. Nevertheless, the daily practice of consumer mediation in Catalonia show how these confidentiality requirements are not always taken into account since the documentation that accompanies the mediation claim is usually attached to a latter arbitration process.<sup>133</sup>

The principle of confidentiality is not an absolute principle. The confidentiality principle in consumer mediations may have a narrower scope versus mediations in other areas (i.e., family) because the treated questions do not affect the intimate sphere of the person. A full extension of this principle in the B2C relationship may be counterproductive to the principle of transparency. The principle of transparency must be understood as the corollary of the right of information that public authorities must protect. It aims at allowing consumers to make informed choices, and therefore, it gives consumers the tools to protect themselves; that is empowering them.<sup>134</sup> In the B2C domain, when this principle and the principle of confidentiality collide, the superior interest of the principle of transparency may be considered as superior to the principle of confidentiality.<sup>135</sup> Moreover, the disclosure of information does not jeopardize the interests of consumers as the weaker party. Accordingly, the confidentiality obligation can be waived if both parties agree on disclosing some information. Additionally, other exceptions may derive from the necessity of the implementation of the agreement, when there are reasons of “overriding public policy,” or when an administrative offence occurs and it is necessary to initiate an administrative sanction against a company.<sup>136</sup> Furthermore, statistical reports should be published annually by the online mediation platform<sup>137</sup> although the outcomes of the mediation processes could be also published, previously having deleted the names of the consumer or the names of the consumer and the company. In this respect, Act

---

<sup>132</sup> Article 132-2-4 Consumer Code.

<sup>133</sup> Chapter 3.2, p 192.

<sup>134</sup> J. Calais-Auloy and H. Temple, *Droit de la consommation* (8th edn, Dalloz 2010)52.

<sup>135</sup> The final text of the Directive on ADR says that ADR entities should be subject to “rules of professional secrecy or equivalent rules duties of confidentiality (...)”. (Article 17.4)

<sup>136</sup> Article 132-2-5 Consumer Code states that the mediator must inform the competent authorities about facts that could constitute a criminal offence.

<sup>137</sup> Article 7.2 Directive on consumer ADR.

15/2009 states that it is not subject to the duty of confidentiality the information that is not personalised and it is used for formation or research purposes.<sup>138</sup>

#### **5.1.4.1.5. The principle of universality**

The Consumer Code also recognizes the principle of universality. Article 132-2-6 sets out that: “the competence of Catalan Public Administrations to conduct mediation extends to any matter affecting to consumers, with the exceptions established by law”.<sup>139</sup> In fact, it is possible to challenge its classification as a principle since what it wants to highlight is the relevant role of public administrations and accredited bodies in undertaking consumer mediations, as a matter of public interest.<sup>140</sup> For instance, it is notable the role that consumer organizations take in assisting consumers and offering mediation services to their affiliates. The draft Decree on the procedure on consumer mediation determines that accredited consumer entities are subject to the mediation rules when one of the parties has a connecting factor with Catalonia.<sup>141</sup>

#### **5.1.4.2. Additional principles for online consumer mediation**

##### **5.1.4.2.2. The principle of transparency**

The Consumer Code provides no additional principles applicable to a consumer mediation process. However, this work has analysed further international standards and European legislative instruments. In particular, it has taken into account the EC Recommendation 310/2001 and the EC Proposal for a Directive on Consumer ADR and the final text of the Directive. The analysis undertaken suggests that an online consumer mediation provider should also respect the principle of transparency, the principle of fairness and the principle of effectiveness. The following lines provide some discussion on these principles.

---

<sup>138</sup> Article 7.4.a) *Llei 15/2009*.

<sup>139</sup> Own translation.

<sup>140</sup> Elena Lauroba and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' 827, 838.

<sup>141</sup> Article 1.2 Proposta de Decret sobre el procediment de mediació en les relacions de consum.

As already mentioned, the principle of transparency is a basic principle in the activities undertaken by ADR/ODR providers. In the consumer domain, this principle contributes to empowering consumers by offering all necessary information so that the consumers make informed choices.<sup>142</sup> In addition, transparency allows monitoring the activities of the mediation provider and accordingly it may act as an indirect method of regulation.<sup>143</sup>

The principle of transparency may be analyzed from a formal and a material point of view. From the formal point of view, transparency represents the need of presenting the information in a clear, readable and understandable way. Accordingly, information should be clearly displayed in the mediation entity's web page and in printed form.<sup>144</sup>

From a material point of view, the transparency principle covers several aspects that may be also encompassed under other principles. It extends upon both the ADR entities and the natural persons in charge of ADR. For instance, the Directive on consumer ADR considers that ADR entities should inform about the eventual membership in networks of ADR or the type of disputes that are competent to deal with. Moreover, transparency requires ADR entities to inform the parties about the natural persons in charge of ADR, the method of appointment and the length of their mandate, their expertise, impartiality and independence.<sup>145</sup> Furthermore, the principle of transparency governs the procedural rules of the ADR process. This implies that the parties must be informed about the characteristics of the mediation and the principles of the process, types of rules, eventual languages, costs or length, among other aspects.<sup>146</sup> It is intended to assure that they understand the rights and duties of the same so that they are able to evaluate the advantages and disadvantages of the process.<sup>147</sup> Moreover, traders must inform consumers about the ADR entities to which they are bound.<sup>148</sup>

---

<sup>142</sup> J. Calais-Auloy and H. Temple, 'Droit de la consommation' 25.

<sup>143</sup> Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz, 'Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice' 109.

<sup>144</sup> Article 7 Directive on consumer ADR.

<sup>145</sup> Article 7.1 Directive on consumer ADR.

<sup>146</sup> Article 7. 1 Directive on consumer ADR.

<sup>147</sup> Article 7.1 Proposal for a Directive on consumer ADR.

<sup>148</sup> Article 13 Directive on consumer ADR.

#### 5.1.4.2.3. The principle of effectiveness

The principle of effectiveness may be reduced to the fulfilment of two notes: accessibility and speed. Accessibility implies that the mediation process must be easily available to consumers irrespectively of the level of digital competence or location. Accordingly, consumers and companies must access and participate in the process by different means, including both physical and digital such as web pages, electronic application forms, interchange of various electronic interchanges, etc.<sup>149</sup> It may also include concerns of flexibility and anti formalism. Moreover, accessibility also implies that parties are not obliged to be represented in the process by a legal representative.<sup>150</sup> Accessibility also relates to the fact that consumer mediations should be free of cost or have a moderate cost.<sup>151</sup>

Furthermore, accessibility is also related with the speed of the online consumer mediation process. It implies that the mediator must be aware that the entire process is undertaken within a reasonable time and that, if the parties try to fraudulently or excessively delay the process, he is entitled to terminate it. Currently the Consumer Code does not establish any time limit for the mediation to be developed. However, when conducting a consumer mediation within the CAS scheme, the RD 231/2008 sets out a one month suspension for trying the mediation before the arbitrator dictates a final award.<sup>152</sup> On the other hand, the final text of the Directive on consumer ADR sets out a time limit of ninety days from the date on which the ADR entity has received the complaint, even though this period may be extended in complex cases.<sup>153</sup> In cross-border e-commerce complaints, the final text of the Regulation on ODR establishes a time limit of thirty days.<sup>154</sup>

#### 5.1.4.2.4. The principle of fairness

---

<sup>149</sup> Article 8a Directive on consumer ADR

<sup>150</sup> Article 8b. Directive on consumer ADR.

<sup>151</sup> Article 8.c Directive on consumer ADR.

<sup>152</sup> Article 49.1 RD 231/2008.

<sup>153</sup> Article 8 e Directive on consumer ADR.

<sup>154</sup> Article 9.8 Regulation on consumer ODR.

Both the EC Recommendation 310/2001 and the final text of the Directive on consumer ADR recognise the principle of fairness as a key principle for consumer ADR. Under this principle, both instruments include a hotchpotch of different provisions that may be included within other principles. The principle of fairness may relate with the principle of transparency because in order for a process to be fair parties have to be given transparent and understandable information so that they can make an informed choice.<sup>155</sup> The Recommendation 310/2001 includes within that principle different aspects, such as the self-determination character of the mediation proceeding.<sup>156</sup> It also refers to the principle of good faith and cooperation between parties.<sup>157</sup> The Directive on consumer ADR considers that according to this principle the outcome of the procedure is made available to both parties in writing or on a durable medium, stating the grounds on which the outcome is based.<sup>158</sup>

However, one of the debatable aspects of fairness relates to the eventual scalability of the principle of procedural fairness between consensual and determinative processes. The Green Paper on ADR considered that if the third party formally intervenes in the negotiations, the procedure must be based on the principle of adversarial debate;<sup>159</sup> conversely, in consensual mechanisms whereby the party has a less interventionist role, these requirements could be made more flexible.<sup>160</sup> Following this point of view, the 2001 EC Recommendation considers that arguments, information or evidence should be submitted on a confidentiality basis,<sup>161</sup> unless the third party acts like a conciliator, and then suggests a possible solution for resolving

---

<sup>155</sup> Moreover, Article 13b) of the Private Law Mediation Act in Catalonia establishes that: “The mediator ensures that the parties take their own decisions and have the sufficient information and advice to reach agreements in a free and conscious way”.

<sup>156</sup> This indicates that if one party discloses information to the mediator, he should not divulge it to the other party. This has been referred to as “Internal confidentiality.” *ibid*, 119.

<sup>157</sup> Principle D Recommendation 310/2001.

<sup>158</sup> Article 9.1.c Directive on a Consumer ADR.

<sup>159</sup> European Commission, 'Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law' Num 74. The Green Paper sets out that “Whereby each party must be able to put forward its point of view, and each step in the process, the submission of any exhibit, document or evidence by the opposing party must be brought to the knowledge of the other party and freely discussed.”

<sup>160</sup> *ibid* Num 74.

<sup>161</sup> Principle D.b EC Recommendation 2001/310 sets out that: “Both parties should be able to freely and easily submit any arguments, information or evidence relevant to their case on a confidential basis to the procedure unless agreement has been given the parties to pass such information to the other party.”

the dispute.<sup>162</sup> The text of the Directive on consumer ADR adopts a different approach since it considers that the parties must have the possibility to express their point of view and hear the arguments, evident, documents and facts put forward by the other party and any experts' statements and opinions.<sup>163</sup>

#### **5.1.4.3. Electronic communication principles**

##### **5.1.4.3.2. The principle of information security**

Online consumer mediations undertaken by Public Administrations must follow the principles of the e-Administration. Today, Spanish citizens have the right to access Public Administrations electronically and to choose the channel, among those who are available through which interact electronically with Public Administrations.<sup>164</sup> Correspondingly, the Public Administrations have the obligation to allow online communications with citizens. The institutional online consumer mediation providers must mainly observe two main principles: the principle of information security and the principle of interoperability.

The principle of information security is recognised by the Spanish Law on the electronic access of citizens to Public Administrations.<sup>165</sup> An online communication may be monitored, intercepted, altered or even destroyed. Thus, the mediation provider must adopt those necessary measures to prevent these acts from happening. The general Spanish legislation on digital signature and the legislation regarding the access of citizens to Public Administration by electronic means provide for rules about the identification of digital users and the authentication of their will which is reflected on electronic documents or acts.<sup>166</sup> An online consumer mediation process must fulfil security requirements concerning privacy, which means that no one without

---

<sup>162</sup> Article D (b, *in fine*): "If at any stage, the third party suggests possible solutions for resolving the dispute, then each party should have the opportunity to present their viewpoint and comment on any argument, information or evidence presented by the other party."

<sup>163</sup> Article 9.1.

<sup>164</sup> Article 6 of *Ley 11/2007, de 22 de Junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos* (on the electronic access of citizens to public services) BOE 150, 23.06.2007.

<sup>165</sup> Article 4 f *Ley 11/2007*.

<sup>166</sup> Regarding electronic signature, see *Ley 59/2003, de 15 de diciembre, sobre firma electrónica* (BOE Num. 304, of 30 December 2003).

security requirements concerning privacy, which means that no one without permission has had access to the communication and integrity, which refers to the fact that someone else has not modified the content. Moreover, it must fulfil requirements regarding authenticity, which refers to the genuineness of data (it has the same origin as it is claimed) and non-repudiation, that means that parties cannot deny having received a communication. Finally, it must guarantee the data availability, which refers to the fact that the system information should be available when needed.

Currently, there are different technologies that may fulfil these requirements such as systems of public and private keys in digital signatures, as well as hash functions. Spanish law recognizes the existence of this technological heterogeneity by describing different types of electronic signatures: a simple electronic signature, an advanced electronic signature and a recognised electronic signature. An advanced electronic signature is based on an electronic certification and permits the identification of the person that signs the documents, as well as the detection of any other change in the electronic document that has been signed.<sup>167</sup> The recognised electronic signature is based on a recognised certificate and is generated by using a secure system of signature creation.<sup>168</sup> Whether the advanced electronic signature is usually embedded in software, the recognised electronic signature is usually embedded in hardware, typically in a card containing a cryptographic chip. The Law prescribes that the functional equivalence applies between the recognised electronic signature and the written signature.<sup>169</sup> In addition, the Electronic National Identity Card (e-DNI) is a recognized electronic certificate that permits the electronic identification of the holder and the electronic signature of documents. Finally, a basic electronic signature is defined as electronic data that can be used as a way to identify someone.<sup>170</sup> Basic electronic signatures are also recognised by Act 11/2007 as it states the existence of “other systems of signatures” such as non-cryptographic technologies (e.g., simple passwords).<sup>171</sup>

---

<sup>167</sup> Article 3.2 *Ley 59/2003*.

<sup>168</sup> Article 3.3 *Ley 59/2003*.

<sup>169</sup> Article 3.4 *Ley 59/2003*.

<sup>170</sup> Article 3.1 *Ley 59/2003*.

<sup>171</sup> Article 13 to 16 of *Ley 11/2007*.



According with the principle of proportionality, recognized by Spanish law, the use of one or another electronic signature system will depend on the specific process that is being adopted.<sup>172</sup> In an online consumer mediation process undertaken by institutional bodies, the proportionality criterion is particularly suitable since this is a process governed by accessibility concerns, and therefore, a highly secured but rigid authentication means may contribute to make it extremely difficult to use by consumers. There has to be a reasonable proportionality between the procedure or transaction required and the level of security adopted. Accordingly, mediation providers should employ those systems that are more flexible and less burdensome for the parties while legally valid. In any case, the implementation of systems based on the Electronic National Identity Card, advanced electronic signature or the use of more basic systems of identification remains a matter of the mediation provider for the procedure being undertaken. One option would be to initially set up a more secure and rigid system of identification, and subsequently require more simple identification systems. For low-value complaints the use of rigid but highly secure systems may discourage users.

#### **5.1.4.3.3. The principle of interoperability**

Interoperability is referred to as “the ability of information and communication technology (ICT) systems and of the business processes they support to exchange data and to enable the sharing of information and knowledge.”<sup>173</sup> The interoperability concerns of the e-Administration are also applicable to institutional online consumer mediation processes. The digital circulation of agency may be necessary in an internal or external progression.<sup>174</sup> For instance, this could be necessary from a public to public entity (e.g., a process initiated in a local OMIC which ends up in an arbitral process at the ACC), or in a cross-border scenario (mediation undertaken by the European

---

<sup>172</sup> The principle of proportionality is recognised by Article 4 g) *Ley 11/2007*. On this issue, see Isaac Martín Delgado, 'Identificación y autenticación de los ciudadanos' in Eduardo Gamero Casado and Julián Valero Torrijos (eds), *La Ley de la Administración Electrónica. Comentario sistemático a la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos* (2nd edn, Aranzadi Thomson Reuters 2009) 341351 et seq.

<sup>173</sup> European Commission, *European Interoperability Framework for Pan-European eGovernment Services* (v1, 2004)5.

<sup>174</sup> Richard Mohr and Francesco Contini. 'Reassembling the Legal. The Wonders of Modern Science in Court-Related Proceedings' (2011) 20(4) *Griffith Law Review* 995, 1010.

Consumer Unit at the ACC which may eventually reach any other Member State's central point). In addition, interoperability may be also required from a private to public entity (e.g., consumer mediation process initiated in a consumer association which ends up in a local consumer arbitration scheme).

From a technological interoperability perspective, the institutional online consumer mediation providers will have to use open standards of communications or standards that are widely used by citizens and users may be able to choose from those communication systems.<sup>175</sup> Moreover, institutional online consumer mediation providers should adapt their activity to organisational interoperability criteria and recommendations.<sup>176</sup>

### **5.1.5. Mobile technologies for consumer mediation**

#### **5.1.5.1. A technological approach to consumer empowerment**

In other parts of this thesis it has been explained that consumers do not access courts when they have a problem with a product or a service. Court proceedings are too costly and complex for consumers in a typically low-value complaint. Yet, one of the main drawbacks that currently both ADR and ODR experience is the lack of consumer awareness. According to European surveys only 3% of Europeans whose complaint with the seller or provider was resolved unsatisfactorily brings the matter to an arbitration, mediation or conciliation body.<sup>177</sup> Moreover, in Spain more than 50% of consumers do not know any public authority or consumer organisation.<sup>178</sup>

The lack of consumer awareness of mediation and other ADR means is still a barrier that needs to be overcome.<sup>179</sup> From a legislative point of view, public authorities are tackling some of these challenges by empowering consumers. The consumer

---

<sup>175</sup> See Article 4 i) Ley 11/2007 and Article 11 of the *Decreto 4/2010, de 8 de enero, por el que se regula el esquema nacional de interoperabilidad en el ámbito de la administración electrónica* (National Interoperability Scheme). Also see Article 6.2.k) Ley 11/2007 and Article 11.5 of the National Interoperability Scheme.

<sup>176</sup> Chapter III and VI National Interoperability Scheme.

<sup>177</sup> European Commission, 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)' 45.

<sup>178</sup> European Commission, 'Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment.' 146.

<sup>179</sup> See Chapter 4.

empowerment policies may be undertaken from a general or more specific approach, either as defining policies on consumer empowerment or as defining rules for ADR. Indeed, as regards the latter aspect, the European institutions are defining common rules on ADR as it can be seen in the legislative works towards a Directive on Consumer ADR. They are also planning to implement for 2015 an online platform, which would offer a single point of entry to consumers and traders who seek to resolve out-of-court a dispute that has arisen from a B2C, cross-border e-commerce transaction.<sup>180</sup> From a more general perspective, the European institutions are devoted to defining policies for consumer empowerment whereby consumers “can make optimal decisions by understanding the choices they have available to them, know their rights, recognise when these have been breached and if so, complain and seek redress when necessary.”<sup>181</sup> The consumer empowerment policies, similarly to Consumer Law, aim to introduce the provision of information in order to counterbalance the relations between consumers and traders, and therefore, to protect consumers. Traditionally, it has been understood that consumers have less information than traders and, as a result, consumers have difficulties in making realistic expectations and decisions that reflect their preferences, which it may lead to suffering harm.<sup>182</sup> Today, the provision of clear information is considered a key element for the protection of consumers. This is so even if it is argued that consumers may not always respond to information provided as rationally as it may be assumed, or that those who take advantage of information are likely to be affluent, well-educated middle class consumers.<sup>183</sup> In the context of the legislative works towards a Directive on ADR, the European Parliament

---

<sup>180</sup> See the webpage of the European Commission DG Health and Consumers on this topic on [http://ec.europa.eu/consumers/redress\\_cons/adr\\_policy\\_work\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/adr_policy_work_en.htm) (Last accessed January 2013).

<sup>181</sup> Commission of the European Communities, *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and the European Economic and Social Committee. EU Consumer Policy strategy 2007-2013. Empowering consumers, enhancing their welfare, effectively protecting them.*(13.3.2007, COM(2007) 99 final. {SEC(2007) 321} {SEC(2007) 322} {SEC(2007) 323}, 2007)5.

<sup>182</sup> Geraint Howells. 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32(3) *Journal of Law and Society* 349-357.

<sup>183</sup> *ibid*356-357; Jan Smits. 'Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights' (2010) 1 *European Review of Private Law* 5, 12.

has recognised that providing accurate information to consumers on how they may access an ADR body is of the utmost importance.<sup>184</sup>

Moreover, in addition to the legislative spheres, the Information and Communication Technologies (ICT) can also help provide better and clearer information for consumers. ICT devices may specifically contribute to overcoming the lack of consumer awareness of mediation and other ADR mechanisms. Indeed, the Internet and other ICT devices have changed both the way Public Administrations provide information to consumers and the way consumers access to that information. In the latest years, different civil society movements such as the Right of Access to Information<sup>185</sup> or the Open Government Data<sup>186</sup> have campaigned for greater openness of the information, documents and datasets held by public Administrations, claiming transparency in governmental information.<sup>187</sup> In the legal domain, the Free Access to Law Movement considers that “public legal information is digital common property and should be accessible to all on a non-profit basis and free of charge”.<sup>188</sup> As its own name indicates, this movement promotes and supports “free access to public legal information throughout the world, principally via the Internet” and recognizes the “primary role of local initiatives in free access publishing of their own national legal information.”<sup>189</sup>

Furthermore, the European Institutions have recognised the ICT’s capability to deliver better public services, as set out in Pillar VII of the Digital Agenda for Europe, titled ICT for social challenges.<sup>190</sup> Indeed, public sector information is an essential primary material for added value, digital content products and services that have a large unexploited potential, both economic and social. The Directive 2003/98/EC has established a European legislative framework regulating how public sector bodies should make their information available for reuse. Particularly important is to note

---

<sup>184</sup> European Parliament, 'Draft Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)' 67.

<sup>185</sup> See the NGO Access Info Europe at: <http://www.access-info.org/en> (Last accessed January 2013).

<sup>186</sup> See, for instance <http://opengovernmentdata.org> (Last accessed January 2013).

<sup>187</sup> Access Info Europe and Open Knowledge Foundation, *Beyond Access: Open Government Data & The Right to (Re)use Public Information* (2011)7.

<sup>188</sup> Preamble of the Free Access to Law Declaration. This declaration is accessible at: <http://www.worldlii.org/worldlii/declaration/> (Last accessed January 2013).

<sup>189</sup> First and second Agreements.

<sup>190</sup> Accessible at: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/> (Last accessed January 2013).

that this Directive promotes the re-use of official legislation and other administrative documents.<sup>191</sup>

#### **5.1.5.2. Mobile technologies and consumers' access to information and data**

Mobile information technology seems particularly appropriate to become a successful device for improving consumers' access to information and data. Recently, there have grown up a number of initiatives involving the use of mobile devices in a variety of domains such as the citizens' participation, emergencies and crisis management, public awareness, as well as the provision of public services and information.<sup>192</sup> The recent Your Passengers Rights mobile application developed by the European Commission may be viewed under this paradigm.<sup>193</sup> Moreover, one additional aspect should be highlighted. An ICT device assisting consumers in a mediation process or other ADR redress mechanism may be included in the broad concept of access to justice. Indeed, for long in Europe it has been considered that "access to justice" includes not only the right to participate in an adversarial procedure in public courts but also to obtain redress through the most appropriate dispute resolution mechanism.<sup>194</sup> Since the difficulty for consumers in a low-value complaint to undertake a legal action in a court, the provision of a technological tool for accessing mediation entities may facilitate the consumers' access to justice.<sup>195</sup>

---

<sup>191</sup> Directive 2003/98/EC, of the European Parliament and of the Council, of 17 November 2003, on the re-use of public sector information. (L 345/90 OJ 31.12.2003). It is transposed in Spain by *Ley 37/2007, de 16 de Noviembre* (BOE Num. 47160, 17/11/2007).

<sup>192</sup> Marta Poblet. 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' (2011) 17(3) *Journal of Universal Computer Science* 498.

<sup>193</sup> Accessible at <http://ec.europa.eu/transport/passenger-rights/en/index.html> (Last accessed January 2013).

<sup>194</sup> Recital 5 of EC Directive 2008/52 sets out that "The objective of securing better access to justice, as part of the policy of the European Union to establish an area of freedom, security and justice should encompass access to judicial as well as extrajudicial dispute resolution methods." In the ODR domain, see Pablo Cortés, 'Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union' 183.

<sup>195</sup> From the EC Green Paper on Consumer access to justice in the Internal Market, the consumers' access to justice includes measures aimed at strengthening their rights of redress such as ADR. Commission of the European Communities, 'Green Paper. Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market'. As recognised by Recital 2 of Directive 2008/52, the principle of access to justice is fundamental and, with a view to facilitating better access to

Some of the characteristics of mobile devices suggest that mobiles are particularly suitable for the empowerment of consumers. As it has been shown by the specialised literature, mobile devices are portable, durable, basic, relatively low-cost, and they may be used on the go.<sup>196</sup> To many people, mobiles are developing as their primary PCs, turning first as devices for the exchange of information and only then devices for voice conversations.<sup>197</sup> Moreover, mobiles are even more akin to a PC, revolutionising in the way content is consumed, disseminated and archived through text, video, audio and photography, and which content is presumed to growth in the near future.<sup>198</sup> Furthermore, mobile penetration has grown dramatically over the past decade, with some studies indicating that by the end of 2012 mobile devices will already outnumber humans.<sup>199</sup> Particularly interesting is the growth of geo-location services whereby users in a creative way may physically locate themselves or the services in which they are interested.

Furthermore, some legal information databases are today being built up with collaborative or crowdsourcing efforts. The notion of crowdsourcing refers to the outsourcing of a task to an undefined and generally large group of people in the form of an open call.<sup>200</sup> One example may be seen from the Constitution Explorer Project developed at Stanford University.<sup>201</sup> Moreover, collaborative efforts may be seen in consumer-dedicated web portals whereby consumers provide its content.<sup>202</sup>

---

justice, the European Council at its meeting in Tampere on 15 and 16 October 1999 called for alternative, extra-judicial procedures to be created by the Member States.

<sup>196</sup> Marta Poblet, 'Introduction to Mobile Technologies, Conflict Management, and ODR: Exploring Common Grounds' in Marta Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 11; Alina Huiu and Jeffrey Aresty, 'Mobile Technology and the Rule of Law' in Marta Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011) 107.

<sup>197</sup> Sanjana Hattotuwa, 'Mobiles and ODR: Why We Should Care' in Mohamed S. Abdel Wahab and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012) 83.

<sup>198</sup> *ibid*, 83-92.

<sup>199</sup> CISCO, *Cisco White Paper. Cisco Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011-2016* (2012)3.

<sup>200</sup> Jeff Howe. 'The rise of crowdsourcing' (2006) Wired <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>.

<sup>201</sup> Available at <http://cddl.stanford.edu/events/6902> (Last accessed January 2013).

<sup>202</sup> In Spain, for instance see <http://www.consumoteca.com/> (Last accessed January 2013).

### 5.1.5.3. Geoconsum: a mobile application for consumer mediation in Catalonia

Geoconsum is a mobile application that aims to empower consumers in Catalonia by providing clear and accurate information of consumer mediation entities and consumer legislation. This application, implemented at the UAB-Institute of Law and Technology<sup>203</sup> has been devised to Android OS devices and may be downloaded from the Google Play Store.<sup>204</sup> Its code is published on open source.<sup>205</sup> The application contains two different database sets that were manually, searched for, classified and implemented. The overall idea of creating the application was offering a simple and basic mobile device that would assist consumers experiencing a problem with a product or a service after they have unsatisfactorily complaint against the seller or provider. This is a modest approach with no cutting edge technology. It may be said that simplicity is intended because the consumer is empowered with a mobile, basic and easy to use application. In this regard, sometimes sophisticated technologies may not be appropriate for its intended use. As E. Katsh posits: “Rather than finding disputes that can utilize ODR, the new challenge is finding tools that can deliver trust, convenience, and expertise for many different kind of conflicts (...).”<sup>206</sup> It is believed that Geoconsum may be situated within this framework.

Geoconsum contains a database of consumer mediation entities in Catalonia, from both the public and the private spheres, totalling a hundred and fifty consumer mediation bodies. This number includes the Catalan Consumer Agency (ACC), one hundred and three local (OMICs) and supra-local (OCICs) bodies of consumer mediation, and fourteen arbitration boards, encompassing several delegations of the Catalan Consumer Arbitration Boards and the local Arbitration Boards. Moreover, the database also includes thirty-two consumer associations. The consumer mediation entities set encompasses contact details of consumer bodies in ninety-six cities, towns

---

<sup>203</sup> See <http://idt.uab.es/> (Last accessed January 2013).

<sup>204</sup> Accessible at <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.idt.ontomedia.geoconsum> (Last accessed January 2013).

<sup>205</sup> The source code is published at <https://github.com/idt-uab/GeoConsum> (Last accessed January 2013).

<sup>206</sup> Ethan Katsh and Janet Rifkin, 'Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace' 75 et seq.

and villages. The application shows results by an advanced search engine based on preset parameters or by a geolocation tool. In the first case, the search engine enables consumers to perform a search between a general search of entities, a specific search by the type of entity (ACC, OMICs, OCICs, Consumer Arbitration Bodies or Consumer associations) or a search by location (by province, city or village). Accordingly, it is believed that these options enable the user to obtain the information required depending on what it may be more relevant for him or her such as the entity's location or the type of body. When the geolocation tool is used, the application displays a list of the nearest consumer entities in a 10 km's distance, even though users are able to modify this proximity parameter. Once the end-user clicks on one of these entities, the application initiates a Google Maps API so that it displays a route planner to that entity. Moreover, the application shows different contact details of the entities such as their telephone number, fax number, electronic mail, website and postal address. When the end-user clicks on a particular contact detail, the application allows the corresponding action (e.g., sending an email, or making a phone call). As it has been said, if mediation consists of several processes linked together, eg., brainstorming, caucusing, prioritizing options, drafting, etc., the software can be targeted to a particular process.<sup>207</sup> Therefore, Geoconsum may be understood as a facilitator of mediation since it brings consumer mediation entities closer to consumers.

Figure 3. Contact and search performances in the consumer mediation entities set



Source: Own elaboration

<sup>207</sup> Ethan Katsh, 'ODR: a Look at History' in Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012) 916.



Geoconsum also contains a database of consumer legislation applicable in Catalonia. This implies that the database is filled with legislative instruments of different level: European, Spanish and Catalan, and it includes a wide array of binding instruments such as EC Directives and Regulations, Acts, Decrees, etc., as well as non-binding instruments such as Recommendations or Codes of Conduct in the field of Consumer Law. In order to populate the database with consumer law instruments, an analysis of what is Consumer Law has been necessary. According to some leading academics, the core concept of Consumer Law may be understood as encompassing two cumulative requirements: legal rules that are defined by their relationship between traders and consumers, and rules that are enshrined by their consumer-protecting element.<sup>208</sup> Moreover, Consumer Law may be extended to other cases that are mainly devoted to B2C relations.<sup>209</sup> Geoconsum has followed this approach since it encompasses legal instruments that are devoted to protecting consumers and are mainly applicable to B2C relationships. Furthermore, Geoconsum includes both mandatory rules that impose rights and obligations to consumers and traders but also instruments of co-regulation and self-regulation such as Codes of Conduct, Guidelines or Recommendations. Thus, Geoconsum contains a database filled with one hundred and twenty-one legislative acts, twenty-eight acts at the European level, forty-five acts from the legislative and executive powers in Catalonia and forty-eight national instruments. There are one hundred and ten binding normative instruments and eleven non-binding instruments. In this set, Geoconsum implements diverse search and retrieval options. On the one hand, the application implements a search by key words where end-users can perform a search by inserting the word that tries to define what the consumer is looking for. Moreover, the application employs an automatic speech recognition device by Google where end-users may look for a legislation instrument by speaking out a word. Furthermore, the application includes a parameterised search engine where end-users can perform a search by parameterised data. This includes the search by the level of legislation, by the binding or non-binding nature, or the type of normative instrument (i.e., Acts, Decrees, etc).

---

<sup>208</sup> J. Calais-Auloy and H. Temple, 'Droit de la consommation' 17.

<sup>209</sup> *ibid*17.

Following the implementation of Geoconsum, an assessment work has been done. In particular, a questionnaire was delivered to consumer experts involved in their daily work with consumer mediation activities both at public (Catalan Consumer Agency, OMICs) and private bodies (Consumer Associations). Moreover, some interviews were undertaken with consumer experts. The questionnaire aimed at analysing four main areas of concern: the first aspects focused on a previous question; that of whether consumers have enough information regarding consumer entities and consumer legislation, and therefore, whether an application like Geoconsum may prove helpful for consumers. The second and third aspect tried to ascertain the usefulness of the two databases: on consumer mediation entities and consumer legislation. Finally, the fourth area focused about the design of the mobile application, and pretended to obtain a comprehensive assessment as to whether the application may succeed in empowering consumers.

Some of the assessments results may be summarised as follows: First, according to experts, consumers do not have enough information about consumer legislation, and the main obstacles to that are the lack of understanding of legal rules and legal jargon, even if the amount of legislation and the normative dispersion are other major obstacles for consumers. It may be wise to recognise that consumers are usually concerned with the legislation once a conflict originates, and not beforehand.

Second, as regards the consumer mediation entities set, the questionnaire asked for different issues such as the usefulness of providing a geolocation tool, the usefulness of providing a list of the nearby offices, and the search and retrieval parameters (a search by entity and by location). Moreover, it asked from the contact details included in Geoconsum (telephone, email, postal address, fax, web page, geolocation map) what contact means are more valuable. Thus, all experts considered that providing a list of the nearby offices is very or quite useful, and almost all experts considered that is very or quite useful to provide a search by type of entity and by location. As to the contact details more valued, consumer experts considered that the most relevant contact details to be displayed in the application are the telephone number, email and web page, and the less valuable contact details refer to the postal address. It is interesting to note that telephone today remains a very useful tool for communication in mediation bodies.

Third, as regards the consumer legislation compendium, the questions tried to clarify whether this may be useful for consumers. The main concern relates to the fact that consumers, unlike legal experts, are not trained in Law, and the content of the Law may be difficult for them. This issue has been controversial between experts since almost 50% of them considered that it is very much or quite useful, and the rest considered that it is not much or not useful at all. In this regard, some experts considered that since consumers do not understand legislation they prefer direct responses in plain language, and they should ask for legal advice. Some experts indicated a few options to improve this, such as a FAQ (frequently asked questions) repository or a classification of activity sectors, products or main topics or problems that consumers may eventually face. On the other hand, all experts considered that the legislation compendium may be very or quite useful for experts. Moreover, as regards the legislation search and retrieval capabilities, almost all experts considered that the search by a key word is very much or quite useful, whereas the majority considered the search by automatic speech recognition not very useful. Nevertheless, some indicated that this aspect is very valuable and that it could solve some issues relating with an usual mistaking typographical error in the key word search engine.

Fourth, almost all experts considered the design of Geoconsum as appropriate and user-friendly, and almost all considered that mobile devices may help empowering consumers. Some considered that mobiles are currently the first via of information even if some concerns were raised about the digital divide: some considered that they are typically used by younger people but not by elderly users. As a general evaluation, almost all experts considered that Geoconsum may bring consumers closer to consumer mediation bodies and almost all of them agreed to Geoconsum as being useful. Finally, since this application may later on be inserted in a consumer mediation platform, some final questions were asked. The integration of the mobile app into an ODR platform has been considered as an interesting line for further work. Other functionalities like locating physically the conflict via a GPS positioning tool or enabling making a picture of the item in conflict have been considered as attractive options. Additionally, some experts considered other aspects such as including a link to the Catalan Consumer Agency's web recommendations or displaying the telephone number 012.

It may be concluded that the assessment work has been very positive and it may enrich the application with eventual further updates. One of the main contributions of Geoconsum is that it provides a mobile device as the main information and contact tool to assist consumers facing a problem with a product or a service. Consumers may also use this application before experiencing a problem although the experience shows that consumers' interest in such bodies arises only after a conflict originates.

Consumers may benefit from the mobile devices' capabilities as a rich tool for information content on the go, usable at any moment, at any time, linking this device with other recipients such as an entity's web page or email. Particularly notable are the geolocation functionalities whereby consumers may be routed to the nearest consumer information body. Furthermore, the use of automatic speech recognition in the search and retrieval engine pretends to solve some of the main common problems in keyword search and retrieval, which are mainly related to orthographic misspelling and the lack of synonym detection. It is worthwhile to note that currently there are no bodies of consumer protection using neither mobile devices nor automatic speech recognition.

Finally, there are some challenges that remain to be tackled. First, one of the main challenges of a rich and dynamic database relates to the necessary updating activities. This must be taken into account since consumer legislation continuously evolves and consumer entities' contact details also suffer changes.

Second, in order to help consumers understanding the Law, it would be interesting to present a FAQ repository or a list of different topics written in plain language in the consumer legislation database. Third, the limitations of a search and retrieval engine using keyword may be partially solved by using automatic speech recognition. Consumers may not be fully aware of this functionality, but this may certainly help consumers such as when they have difficulties in typing down what they are looking for. However, automatic speech recognition does also present some limitations such as the lack of synonym detection. Most of these search and retrieval shortcomings may be solved by the use of a semantic engine. Indeed, the use of semantic search and retrieval may seem particularly appealing since it would enable a conceptual information retrieval. However, the implementation of a semantic engine may be left for the near future, as long as semantic technologies improve in the following years. In

the near future, this application may connect consumers with an online mediation platform that thanks to the Consumedia research project will be implemented.

## **5.2. Conclusions**

1. Mediation has not been recognised and fostered as a proper system of consumer redress until quite recently in Spain. In the past two decades, the Spanish legislation has been strongly dominated by the setting up of an institutional arbitration scheme, the Consumer Arbitration Scheme. In recent years, mediation in the consumer domain has been increasingly fostered and it has gained a conceptual and practical independence from arbitration.
2. Consumer mediation has its own conceptual framework, regulation and practice that differentiate it from arbitration. Arbitration is a determinative process which ends with an arbitration award that is final and binding on the parties. A mediation process is a structured and voluntary method of redress whereby a third impartial party assists the parties so that they try an agreement by themselves. In a broad sense, consumer mediations encompass mediation activities and include any managing activity directed to facilitating the communication between a disputing consumer and company.
3. Within the Consumer Arbitration Scheme (CAS), RD 231/2008 fostered mediation as the first and preceding phase that parties may try before the dispute escalates into arbitration. In Catalonia, the 2010 Consumer Code has introduced some dispositions on consumer mediation, and it provides a succinct regulation on its principles. Moreover, the legal landscape affecting consumer mediations encompasses other legal instruments such as the Catalan Private Law Mediation Act. Today, mediation as a relational justice mechanism is particularly suitable for managing and solving consumer disputes. The collaboration between consumers and companies in a B2C dispute may fulfil the ideal of the culture of dialogue, and the intervention of a mediator guarantying the observation of the principles of the process may overcome

some concerns of the unbalanced powers existing between the parties. In Catalonia, mediation is an efficient means for redressing B2C conflicts. The empirical research shows that companies prefer mediation processes rather arbitration processes. Only a small percentage of processes that are not solved through mediation escalate into an arbitration phase. Moreover, it should be noted that new legislative developments may force consumers to complain first against traders, before making recourse of a mediation process. Some ODR providers already provide so (eBay).

4. Consumer mediation **providers** are either institutional or private. Institutional bodies that mediate within the Consumer Arbitration Scheme are the Consumer Arbitration Boards. The Catalan Consumer Agency and the local and supra-local information offices (OMICs/OCICs) also provide consumer mediations. In Catalonia, the vast majority of consumer mediation services are conducted by institutional bodies. Private mediation bodies encompass consumer organisations, sector organisations or bodies that undertake mediation functions according to a Code of Conduct that has been enshrined thanks to a co-regulation framework. In the cross-border sector, the ECC-Net offers a single national contact point for consumer disputes. Moreover, the European Unit at the Catalan Consumer Agency is also devoted to cross-border consumer complaints. Mediations conducted by consumer organisations have a higher rate of agreements than institutional agreements. Perhaps, this may be due to the links institutional bodies have with the Consumer Arbitration Scheme, deriving more conflicts to this scheme. Mediators in consumer organisations may adopt a more active role in the mediating activities.
5. As regards the **parties** of a consumer mediation process, the picture of consumer mediation in Catalonia indicates that there is a concentration of consumer claims against few and, big-sized companies. Telephone/Internet services in the internal sector and air transport services in cross-border complaints are the sectors having a greater number of mediation activities. On the other side, consumers act as the weaker party. Typically there are many

consumers complaining about against few companies in similar conflicts. Companies tend to consider that consumer protection bodies are biased in favour of consumers, which generates distrust for companies as to entering a consumer mediation process. Consumers usually believe that consumer mediation bodies are biased in their favour. This leads to consumers believing that they will obtain all they want. Therefore, **there is a need to better inform** both consumers and traders about the consumer mediation process, to increase the transparency in the way mediators undertake their obligations. The need to provide better information may increase the benefits of consumer mediation and it may increase the positive perceptions of both traders and consumers.

6. As regards the consumer **mediators**, the Consumer Code requires that mediators be experts. The qualitative research shows that mediators emphasize their role as facilitators; they take care that the parties understand their rights and obligations, with the aim that they can reach an agreement. However, mediators also agree that they may be expected to undertake a more active position as to level off the positions of the parties. The consumer mediation **process** is informal. Since this is a voluntary process, either party, the consumer or the company may abandon the process at any moment. The mediation process may end up with an agreement or without agreement. For typical low-value consumer complaints, it is suggested not to extend formality requirements enshrined in civil and commercial mediations such as imposing certain sessions (information session, constitutive session) or protocols (initial or termination record of the process, which the parties have to sign). The final agreement must not always need to be written on paper and be signed by both parties. Future developments of the Law should take into account that the process should remain informal, flexible and with a very basic structure. In particular, simplified online mediation procedures should be fostered in low-value, simple decision-making consumer complaints. In such cases, the use of blind-bidding automated negotiation could be also promoted.

7. Online mediation is a structured process mainly assisted by a third human party, the mediator, who does not impose nor proposes a solution, but puts his efforts in bringing the parties together in order they solve the conflict by themselves. This process is mainly facilitated through the use of Information and Communication Technologies, which are principally devoted to facilitating the communication between the parties and the management of the process. In the consumer domain, mediation does not have to be face-to-face in order to be effective. On the contrary, the **consumer** field is **especially suitable for the development of ITC devices** and the implementation of online mediation services. Most consumer complaints may be standardised, which is useful for assisted negotiation mechanisms, online forms or adequate domain ontologies. Online consumer mediation may be of assistance in cross-border conflicts and in internal conflicts. Online consumer mediation is suitable for complaints originated online or offline.
  
8. ICT may primarily **contribute to increase the communication** between the parties, the mediator and the online mediation provider. Web platforms may present a wide array of communication means, including electronic mails, SMS, videoconference, audio conference, electronic boards or chats. Currently, dispute resolution providers have a preference for basic, asynchronous text-based tools. The use of these tools enables the parties a time to reply; moreover, it may be beneficial for parties with different bargaining powers. In addition, basic asynchrony communication devices are less demanding in terms of technical requirements, as opposed to videoconferences. Currently, there are very few examples of mediation providers offering collaborative or web 2.0 devices in the B2C consumer complaints domain. The use of Wikis can enable users to participate in the interactive elaboration of arguments and proposals between confronting parties. Web 2.0 devices may exploit their potential in collaborative environments.
  
9. ICT may be also relevant because it offers a **powerful tool as regards the administration of the process**, providing a better management and



organisation of the process. This may be related to diverse functionalities such as setting out the phases and deadlines of the acts of the process and thus requiring the parties to take some actions depending on those phases, registering the case and storing different acts and documents or establishing structured forms for the parties. ITC can also help with **transparency requirements**, as well as identifying the legal landscape.

10. Online mediation entities should provide a combination of both asynchronous and synchronous communication tools. Asynchronous, text devices remain very relevant for low-cost complaints management. The use of videoconference may perhaps be more appropriate for more complicated cases where the parties need to exchange arguments and proposals. Moreover, experts recognise that confronting parties do not have the same IT abilities and skills. In order not to widen the digital divide, it is relevant to provide diverse tools for the parties, so they may choose what device is more beneficial for them. Moreover, it is important to give off-line options for the parties that may have fewer options to Internet access or a full understanding of the Internet content. Furthermore, it is important to give online dispute resolution tools for conflicts originated online. Yet, it is also important to give online dispute resolution facilities for conflicts that originated offline. Moreover, online consumer mediation providers may take into account other ITC tools and mechanisms. In particular, technologically assisted negotiation tools may be of help as a filtering tool for the presentation of information by the parties and as for monitoring the process.

11. The Consumedia platform is a user case of a web platform dedicated to offering online mediation services. The platform, currently in its pilot phase uses both synchronous and asynchronous communication tools. It implements an online mediation room with videoconference facilities. It also employs back-office ITC devices. In addition, it offers other functionalities such as the use of facial recognition mechanisms that may assist the mediator in recognising the emotions of the parties while conducting the process.

12. Currently, the legal landscape shows the existence of various legal instruments at the European, the Spanish and the Catalan level. The Directive on consumer ADR will establish a common regime of consumer ADR in Europe and it will apply to all types of ADR procedures, including mediation. In case of a collision with Directive 2008/52, the former should prevail. It might be suggested that some provisions of the Directive 2008/52/EC on mediation in civil and commercial matters be applicable to consumer mediations. Moreover, the new Regulation on ODR will set up an online platform for the resolution of cross-border B2C online complaints. This ODR platform shall be an interactive website which may be accessed electronically, free of charge and in any official language of the Union.
  
13. Ley 5/2012 of mediation in civil and commercial matters transposes in Spain EC Directive 52/2008. This instrument has added a common framework of mediation processes applicable to Spain. Although it declares that it is not applicable to consumer disputes, it could be suggested that some consumer mediations may take into account provisions in this Act. For instance, a high-value consumer mediation conducted outside the CAS might prefer to take into account the formality requirements of this Act so that it is considered enforceable.
  
14. At the Catalan level, the Consumer Code enshrines some principles to consumer mediations. Currently, the Catalan Government is working on a draft Decree on the procedure of consumer mediation. Moreover, Llei 15/2009 regulates Private Law. Before a specific instrument is enshrined, it is suggested that this Act may be considered applicable to consumer mediations as long as their dispositions do not collide with the principles of B2C mediations. In particular, the specificities of consumer mediation suggest not applying certain rules, specifically the procedural rules of this Act, to consumer mediations.

15. The core principles of consumer mediation enshrined by the Consumer Code are the principles of confidentiality, impartiality, universality and of voluntary participation. The **principle of voluntary and self-determination** empowers the parties to find their own self-determined resolution of the conflict. Parties are free to initiate the process as well as free to withdraw from it at any stage. Moreover, the **principles of impartiality**, neutrality and independence are intertwined. The mediator cannot be biased towards one of the parties, and is due to disclose any information related to his conflicts of interest. He has also to allow the parties solve the controversy between them without proposing or imposing a solution. Moreover, he must be appointed for a term of office of sufficient duration.
16. The **principle of confidentiality** is to be observed by all parties of the process and its obligation lies on the information arising out or in connection with the mediation process. The mediator cannot act later as a witness or an expert in a proceeding arising out or in connection with the mediation process. The mediator should not act later on as an arbitrator in the same process. However, in the consumer domain, the principle of confidentiality may have a narrower scope than mediations in areas affecting the intimate sphere of the person. In this area, the principle of confidentiality may collision with the principle of transparency, which also governs in B2C mediations. Other exceptions to confidentiality apply when there are reasons of overriding public policy or when an administrative offence occurs and it is necessary to initiate an administrative sanction against a company. Moreover, the Consumer Code recognises the **principle of universality**. Consumer mediation bodies are subject to the mediation rules if one of the parties has a connecting factor with Catalonia.
17. The Consumer Code provides no reference to other principles that are present in other international standards and European legal instruments. A comparative analysis of European instruments, specifically the EC Recommendation 310/2001 and the legislative works of the Directive on

Consumer ADR suggests the application of additional core principles to an online consumer mediation process. The **principle of transparency** is a basic principle in the consumer domain because it acts as a corollary of the right of information to consumers that public authorities must protect. This principle governs all relationships where consumers intervene since it aims at allowing consumers to make informed choices, giving them the tools to protect themselves and, therefore, to empower them. It may be also a method of indirect regulation since it allows monitoring the activities of the mediation providers. Transparency is a polyhedral principle and can be presented from a formal and material point of view. From a formal point of view, information should be available in a clear, readable and understandable way. From a material point of view, the mediator must inform the parties about the characteristics of the mediation and the principles of the process, and must ensure that the parties understand the rights and duties of the same so that they are able to evaluate the advantages and disadvantages of the process.

18. The **principle of effectiveness** may be reduced to the fulfilment of two notes: accessibility and speed. According to the notion of accessibility, a mediation process must be easily available to consumers irrespectively of the level of digital competence or location. A mediation provider may allow different means of access and participation in the mediation process, including both physical and digital means. Accessibility may also include concerns of flexibility and anti formalism. Moreover, parties should not be obliged to be represented by a legal representative. Accessibility also relates to the fact that consumer mediations should be low-cost. Furthermore, an online consumer mediation process must be a speedy process, and the mediator must conduct it within a reasonable time. The mediator must be entitled to terminate the process if the parties try to fraudulently or excessively delay the process.

19. An online consumer mediation process must also fulfil the principle of procedural **fairness**. In order for an online consumer mediation process to be fair, it must encompass an equal treatment of the parties. The mediator must

give both parties the opportunity to express their view and learn the opposite party's arguments. The third party must also follow a rational approach in his assistance to the parties and may introduce some mechanisms to counter-balance eventual inequalities between the parties.

20. An online consumer mediation process must fulfil **security requirements** concerning privacy, integrity, authenticity, non-repudiation, and availability. Different technologies should be taken into account such as systems of public and private keys, hash functions and firewalls. From the user perspective, functions associated with security should have, beyond the agreed level of security, a maximum level of transparency and involve minimum effort. Those requirements should allow the flexibility of a mediation process. One of the main concerns is related to online legal identity. Different technologies may be taken into account such as simple electronic signatures, advanced electronic signatures or recognised electronic signatures. The principle of proportionality suggests applying those systems that are more flexible and less burdensome for the parties while legally valid. Institutional bodies of consumer mediation must follow the principles of the e-Administration with requirements of information security and interoperability. As regards interoperability requirements, the institutional online consumer mediation providers should use open standards of communications or standards that are widely used by citizens.

21. Different efforts are needed in order to overcome the lack of consumer awareness of ADR and ODR. From a legislative point of view, public authorities are tackling some of these challenges with consumer empowering policies. These policies may be undertaken from a general or more specific approach: by setting out general policies on consumer empowerment or by defining specific rules for ADR/ODR. From a general perspective, the European institutions are devoted to empowering consumers so that "they can make optimal decisions by understanding the choices they have available to them, know their rights, recognise when these have been breached and if so, complain and seek redress when necessary", as the EU Consumer Policy Strategy 2007-2013 considers.

From a more specific approach, the European institutions are defining specific rules for ADR as it can be seen in the legislative works of the Directive on consumer ADR and the Regulation on consumer ODR. The provision of information to consumers is a key element in consumer empowerment policies.

22. In addition to legislative approaches, the Information and Telecommunication Technologies (ICT) can also help provide better and clearer information for consumers. ICT devices may specifically contribute to overcoming the lack of consumer awareness of mediation and other ADR mechanisms. In fact, the Internet and ICT devices have changed both the way Public Administrations provide information to consumers and the way consumers access to that information. Mobile information technology is particularly appropriate for being a successful device for improving consumers' access to information and data.

23. This contextual framework has been used as to implement Geoconsum, an open source mobile application implemented at the UAB-IDT that end-users may download free of cost into their smartphones. The main contributions of Geoconsum may be related to providing a mobile device as the main information tool to assist consumers facing a problem with a product or a service. Geoconsum brings consumer mediation entities closer to consumers and, therefore, it increases the consumers' access to justice. Geoconsum provides a consumer legislation compendium and a database on consumer mediation entities in Catalonia. As to the consumer mediation entities set, it provides different search and retrieval engines, by offering a geolocation device whereby end-users may be routed to the nearest consumer mediation entity. Moreover, end-users can also perform a search by parameterised data. Geoconsum provides details of consumer mediation entities in ninety-six cities, towns and villages. Geoconsum also offers a consumer legislation compendium, including legal instruments that are devoted to protecting consumers and are mainly applicable to B2C relationships, from different levels of legislation with binding and non-binding instruments. In total, it offers one hundred and

twenty-one legislative acts. It implements diverse search and retrieval options. First, a search by key word in text; second, an automatic speech recognition device; third, a search by parameterised data, including search by level of legislation, the character of legislation and the type of normative instrument.

24. An assessment of Geoconsum has been undertaken with questionnaires and interviews with consumer experts involved in their daily practice with consumer mediations. According to this study, there are some concerns related necessary up-dating of the databases. Consumer legislation is continuously changing, and new legal instruments should be inserted in the repository. Moreover, the contact details of consumer mediation entities may also suffer some changes. Geoconsum may be improved in several areas. First, in order to help consumers understanding the Law, it would be interesting to present a FAQ repository or a list of different topics written in plain language in the consumer legislation database. Second, the limitations of a search and retrieval engine using keyword may be partially solved by using automatic speech recognition. However, it would seem particularly interesting to update the search and retrieval capabilities with a semantic device that would enable a conceptual information retrieval where the eventual results would be clustered by meaning.

25. The challenges of today require multidimensional solutions. This doctoral thesis has conducted an empirical research analysis of consumer mediation and the technologies that may support online mediation, in Catalonia and internationally. In addition, it has analysed the principles that may be applicable to an online consumer mediation process in Catalonia. As one of the main shortcomings of today's ADR/ODR is the lack of consumer awareness, it has conducted research on how ICT devices can contribute to empower consumers. ICT, particularly through mobile technologies offer a new channel for information and data. Thus, it proposes a basic, adequate tool to facilitate the resolution of conflicts in the consumer domain. Simplicity is intended because sophisticated technologies may not always respond to the real needs

of users. Geoconsum aims at delivering trust, convenience and expertise for consumer disputes. It is hoped that it will assist, modestly enough to empowering consumers and to improve their access to justice.



## References

- Access Info Europe and Open Knowledge Foundation, *Beyond Access: Open Government Data & The Right to (Re)use Public Information* (2011).
- Barral Viñals I and Suquet Capdevila J, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P. Casanovas, J. Magre, M<sup>a</sup> E. Lauroba (ed), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya. edn, Huygens 2011).
- Bellucci E, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' in Poblet, Marta, Uri Schild and John Zeleznikow (eds), *Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009): a Post conference Workshop at the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law* (Huygens 2009).
- Berger KP, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006).
- Boella G and van der Torre L, 'Regulative and Constitutive Norms in Normative Multiagent Systems' (CLIMA'05 Proceedings of the 6th international conference on Computational Logic in Multi-Agent Systems London June 27-29, 2005 2005) 303.
- Calais-Auloy J and Temple H, *Droit de la consommation* (8th edn, Dalloz 2010).
- Casado Cerviño A, 'El arbitraje de consumo' in de Martín Muñoz, Alberto and Santiago Hierro Antibarro (eds), *Comentario a la ley de arbitraje* (Marcial Pons 2006).
- Casanovas P and Poblet M, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in Casanovas, Pompeu and others (ed), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008).
- CISCO, *Cisco White Paper. Cisco Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011-2016* (2012).
- Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009).
- Commission of the European Communities, *Green Paper. Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market* (COM (93) 576 final, 1993).
- Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and the European Economic and Social Committee. EU Consumer Policy strategy 2007-2013. Empowering consumers, enhancing their welfare, effectively protecting them.*(13.3.2007, COM(2007) 99 final. {SEC(2007) 321} {SEC(2007) 322} {SEC(2007) 323}, 2007).

Cortés P, 'Can I Afford Not to Mediate? Mandatory Online Mediation for European Consumers: Legal Constraints and Policy Issues' (2008) 35(1) Rutgers University Computer & Technology Law Journal.

--*Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011).

Ebner N, 'E-Mediation' in Abdel Wahab, Mohamed S., Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on technology and dispute resolution* (Eleven International Publishing 2012).

European Commission, *Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law* (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002).

--*European Interoperability Framework for Pan-European eGovernment Services* (v1, 2004).

--*Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011).

--*Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment.*(2011).

European Parliament, *Draft Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)* ((COM (2012) 0793 -C7-0454/2011-2011/0373 (COD)), 2012).

European Parliament Legal Affairs Commission, *Final report on the proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (COM(2004)0718 – C6-0154/2004 – 2004/0251(COD))* (Final A6 0074/2007, 2007).

Exon SN, 'The effects that mediator styles impose on Neutrality and Impartiality Requirements of Mediation' (2008) 42 University San Francisco Law Review.

Forner Delaygua JJ, 'La Ley Modelo UNCITRAL de conciliación internacional: ¿en qué puede ayudar a la conceptualización normativa de la mediación?' in Lauroba, Elena, Immaculada Barral and Isabel Viola (eds), *Materiales Jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada edn, 2011).

García Villaluenga L, *Mediación en conflictos familiares. Una construcción desde el derecho de familia* (Reus 2006).

Hattotuwa S, 'Mobiles and ODR: Why We Should Care' in Abdel Wahab, Mohamed S. and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).

- Howe J, 'The rise of crowdsourcing' (2006) Wired <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>.
- Howells G, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32(3) *Journal of Law and Society*.
- Huiu A and Aresty J, 'Mobile Technology and the Rule of Law' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- Joseph S, 'Coherence-Based Computational Agency' (Doctoral thesis, Universitat Autònoma de Barcelona 2010).
- Katsh E, 'ODR: a Look at History' in Abdel Wahab, Mohamed S., Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).
- Katsh E and Rifkin J, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001).
- Kaufmann-Kohler G and Schultz T, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004).
- Lauroba E and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' in Casanovas, Pompeu, Jaume Magre and Elena Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. edn, Huygens 2011).
- Lodder A and Zeleznikow J, *Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology* (Cambridge University Press 2010).
- Martín Delgado I, 'Identificación y autenticación de los ciudadanos' in Gamero Casado, Eduardo and Julián Valero Torrijos (eds), *La Ley de la Administración Electrónica. Comentario sistemático a la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos* (2nd edn, Aranzadi Thomson Reuters 2009).
- Mohr R and Contini F, 'Reassembling the Legal. The Wonders of Modern Science in Court-Related Proceedings' (2011) 20(4) *Griffith Law Review* 995.
- Moore C, *El Proceso de Mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos* (Leal, Anibal tr, Ediciones Granica, S.A. 1996).
- Noriega P and López de Toro C, 'Towards a Platform for Online Mediation' (Proceedings of the Workshop on Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009) in conjunction with ICAIL 2009. CEUR Workshop Proceedings CEUR-WS.org/Vol-482/, Barcelona 12/06/2009 2009) 67.

- Poblet M and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in Casanovas, P., J. Magre and M. E. Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).
- Poblet M, 'Introduction to Mobile Technologies, Conflict Management, and ODR: Exploring Common Grounds' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' (2011) 17(3) *Journal of Universal Computer Science* 498.
- 'ODR y mediación en línea: Estado del arte y escenarios de uso' in Casanovas, Pompeu and others (ed), *Materiales del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Colección Justicia y Sociedad, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009).
- Rabinovich-Einy O, 'Going Public: Diminishing Privacy in Dispute Resolution in the Internet Age' (2002) 7 *Virginia Journal of Law and Technology*, Vol. 7, Summer 2002.
- 'Technologies' Impact: The Quest for a New Paradigm for Accountability in Mediation' (2006) 11 *Harvard Negotiation Law Review* 253.
- Ruiz A and Binefa X, 'Modelling facial expressions dynamics with Gaussian Process Regression' in Riaño, David, Eva Onaindia and Miguel Cazorla (eds), *Artificial Intelligence Research and Development. Proceedings of the 15th International Conference of the Catalan Association for Artificial Intelligence* (Frontiers in Artificial Intelligence and Applications, IOS Press 2012).
- Rule C, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass, cop 2002).
- Smits J, 'Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights' (2010) 1 *European Review of Private Law* 5.
- Studer R, Benjamins VR and Fensel D, 'Knowledge engineering: Principles and methods' (1998) 25(1) *Data Knowledge Engineering* 161.
- Suquet Capdevila J, 'Online Dispute Resolution (ODR): Una visión jurídica del estado del arte tecnológico' (2010) XXII(1) *Revista Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje* 57.
- Viola Demestre I, 'La confidencialidad en el procedimiento de mediación' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la mediación en Cataluña* (Justicia y Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d'estudis jurídics i formació especialitzada 2011).
- Wing L and Rainey D, 'Online Dispute Resolution and the Development of Theory' in Abdel Wahab, Mohamed S., Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute*

*Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution*  
(Eleven International Publishing 2012).



## **Appendices**

### **Appendix 1: List of cited legislation**

#### **I. Spanish legislation**

Spanish Constitution of 1978 (BOE No. 311, of 29.12.1978)

Ley orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. (BOE No. 298, of 14.12.1999)

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. (BOE No. 166, of 12.07.2002)

Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de medidas de reforma del sistema financiero. (BOE No. 281, of 23.11.02)

Ley 1/2000, de 7 de enero, de enjuiciamiento civil. (BOE No. 7, of 08.01.2000)

Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el cual se regula el sistema arbitral de consumo. (BOE No. 48, of 25.2.2008)

Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo (BOE Num. 126, of 25.05.2009)

Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo, por el cual se regula el arbitraje de consumo. (BOE No. 121, de 21.05.1993) (Repealed instrument)

Ley 26/1984, de 19 de Julio, General para la defensa de los consumidores y usuarios (Repealed instrument) (BOE No. 176, of 24.07.1984)

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el cual se aprueba el texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. (BOE No. 287, of 30.11.2007)

Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el cual se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión. (BOE No. 241, of 8.10.2005)

Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el cual se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley orgánica 15/2009, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. (BOE No. 17, of 19.01.2008)

Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles (BOE No. 162, of 07.07.2012).

Anteproyecto de Ley de mediación estatal. (Spanish Ministry of Justice, 2010)

Ley 60/2003, de 23 de diciembre, sobre arbitraje (BOE No 309, of 26.07.2003 and BOE No 121, of 21.05.2011).

Ley 11/2007, de 22 de Junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos (BOE No 150, of 23.06.2007).

Ley 59/2003, de 15 de diciembre, sobre firma electrónica (BOE Num. 304, of 30.12.2003).

Real Decreto 4/2010, de 8 de enero, por el que se regula el esquema nacional de interoperabilidad en el ámbito de la administración electrónica (BOE No 25, of 29.01.2010)

Ley 37/2007, de 16 de Noviembre, sobre reutilización de la información del sector público. (BOE No. 47160, 17.11.2007).

Resolución de 15 de septiembre de 2004, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se dispone la publicación del Código de Conducta para la prestación de los Servicios de Tarificación Adicional. (BOE núm. 236, of 30.09.2004).

## **II. Catalan legislation**



Ley orgánica 6/2006, de reforma del Estatuto de autonomía de Cataluña. (BOE No. 172, of 20.7.2006; DOGC No. 4680, of 20.07.2006)

Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña. (DOGC No. 5677, of 23.7.2010)

Ley 15/2009, de 22 de julio, de mediación en el ámbito del derecho privado. (DOGC No. 5432, of 30.07.2009)

Ley 9/2004 de 29 diciembre, de creación de la Agència Catalana del Consum. (DOGC No. 4291, of 30.12.2004)

Ley 3/1993, de 5 de marzo, del Estatuto del consumidor. (DOGC No. 1719, de 12.03.1993). (Repealed Act)

Decreto 242/2005, de 8 de noviembre, de despliegue de la estructura de la Agència Catalana del Consum. (DOGC No. 4507, of 10.11.2005)

Decreto 23/1998, de 4 de febrero, por el cual se establecen el régimen de subvenciones de las organizaciones de consumidores y usuarios así como los requisitos de las organizaciones más representativas. (DOGC No. 2575, of 10.2.1998)

Decreto 222/1993, de 14 de diciembre, por el cual se estructura la Junta Arbitral de Consumo de Cataluña. (DOGC No. 1804, of 4.10.1993). (Repealed instrument)

Orden ECF/215/2007, de 30 de mayo, por la cual se establece el procedimiento de otorgamiento y retirada del distintivo público de confianza en línea, así como el ejercicio de las funciones dirigidas a velar por el mantenimiento de los requisitos que justifican el otorgamiento. (DOGC No. 4912, of 26.06.2007)

Proyecto de Código de consumo de Cataluña. (BOPC No. 603, of 21.12.2009)

Ley 29/2010, de 3 de agosto, del uso de los medios electrónicos en el sector público en Cataluña

Decreto 56/2009, de 7 de abril, para el impulso y el desarrollo de los medios electrónicos en la Administración de la Generalitat (DOGC No 5360, of 16.04.2009)

Decret /2013, de\_ de\_, sobre el procediment de mediació en les relacions de consum (Ver.1 (IF i AU))

### **III. International legislation**

UNCITRAL, 2005 United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts.

Convention for the Unification of Certain Rules for International Carriage by Air (Montreal, 28 May 1999) (Instrument of ratification in BOE num. 122, of 20.5.2004).

### **IV. Legislation by the European Union**

Treaty on the Functioning of the European Union (consolidated version, OJEU 83/47, of 30.03.2010)

Directive 2008/52/EC of the European Parliament and of the Council of 21 May 2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (OJEU L 136/3, of 24.05.2008)

Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). (OJEC 178, of 17.07.2000)

Regulation (EC) No 861/2007 of the European Parliament and of the Council of 11 July 2007 establishing a European Small Claims Procedure (OJEU L199/1, of 31.07.2007)

Regulation (EC) No 261/2004 of the European Parliament and of the Council of 11 February 2004 establishing common rules on compensation and assistance to passengers in the event of denied boarding and of cancellation or long delay of flights, and repealing Regulation (EEC) No 295/91 (OJEU L 46, of 17.02.04)

Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters (OJEC L 012, of 16.01.2001)

Regulation (EC) No 593/2008 of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 on the law applicable to contractual obligations (Rome I) (OJEU L 177/6, of 4.07.2008)

Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on consumer rights {SEC(2008) 2544} {SEC(2008) 2545} {SEC(2008) 2547} (COM (2008) 614 final 2008/0196 (COD) 8.10.2008)

Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council (OJEU L 304/64, of 22.11.2011).

Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR), SEC (2011) 1408, SEC (2011) 1409 C (2011) 793/2.

Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes (Regulation on consumer ODR), SEC (2011) 1408, SEC (2011) 1409, C (2011) 794/2.

Directive 2003/98/EC, of the European Parliament and of the Council, of 17 November 2003, on the re-use of public sector information. (OJEU L 345/90, of 31.12.2003).

1968 Brussels Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters (Consolidated version published in OJEC No 27/1 of 26.01.1998).

Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters (OJEC L 12, 16.1.2001).

Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR) {SEC(2011) 1408} {SEC(2011) 1409} (COM(2011) 793/2, 2011).

**V. Legislation by other Member States of the European Union**

Decreto Legislativo 4 marzo 2010, n. 28. "Attuazione dell'articolo 60 della legge 18 giugno 2009, n. 69, in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione delle controversie civili e commerciali". Gazzetta Ufficiale del 5 marzo 2010, n. 53

UK Civil Procedure Rules, Part 78 European Procedures.

## Appendix 2: List of soft law instruments cited

European Code of Conduct for mediators

[http://ec.europa.eu/civiljustice/adr/adr\\_ec\\_code\\_conduct\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/civiljustice/adr/adr_ec_code_conduct_en.pdf)

Commission Recommendation of 4 April 2001 on the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes, (2001/310/EC) (OJEC L 109/56, of 19.04.2001).

Commission Recommendation of 30 March 1998 on the principles applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes (98/257/EC), (OJEC L 115/31, of 17.4.1998).

European Commission, Green Paper on Alternative Dispute Resolution in Civil and Commercial Law (Brussels, 19.4.2002, COM (2002) 196 final, 2002).

European Code of Conduct for Mediators (2004)

Member of the Free Access to Law Movement, Declaration on Free Access to Law

<http://www.worldlii.org/worldlii/declaration/>

OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress in the Global Marketplace (2007)

Global Business Dialogue on Electronic Commerce, The Miami Recommendations (2000)

Código Confianza Online.

[http://www.confianzaonline.es/Codigo\\_CONFIANZA\\_ONLINE.pdf](http://www.confianzaonline.es/Codigo_CONFIANZA_ONLINE.pdf)

Autocontrol, Reglamento del Jurado de la Publicidad.

[http://www.autocontrol.es/pdfs/Reglamento\\_Jurado.pdf](http://www.autocontrol.es/pdfs/Reglamento_Jurado.pdf)

ICANN, Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy.

<http://www.icann.org/en/help/dndr/udrp/policy>

Fundació PuntCAT, Normativa de Resolució de Conflictes sobre Requisits d'Admissibilitat (Eligibility Requirements Dispute Resolution Policy, ERDRP)  
<http://www.domini.cat/media/upload/arxius/Politica.ERDRP.v1.pdf>

Fundació PuntCAT, Reglament de la Política de resolució de conflictes sobre requisits de admissibilitat de noms de domini .cat i de la política de resolució de impugnacions de decisions de la Fundació PuntCAT.  
<http://domini.cat/media/upload/arxius/ERDRP.Reglament.v1.pdf>

Normativa de mediació del Tld.CAT (La "Normativa")  
<http://www.domini.cat/media/upload/arxius/Politica.Mediacio.v1.pdf>

Reglament de Mediació del TLD. CAT. (El "Reglament Addicional")  
<http://www.domini.cat/media/upload/arxius/Reglament.Mediacio.v1.pdf>

Reglament Addicional de l'Agència de Qualitat d'Internet relatiu a la normativa de mediació de la Fundació puntCAT ("El Reglament Addicional").  
<http://www.domini.cat/media/upload/arxius/Reglament.Mediacio.v1.pdf>

### Appendix 3: Normative Instruments Included in Geoconsums' Databases

<b>Id</b>	<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo</b>	<b>Vinculación</b>	<b>Subtipos</b>	<b>Ámbito</b>
200	Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995	Relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
17	Código de Conducta APTICE	La Asociación para la Promoción de las Tecnologías de la Información y del Comercio Electrónico es una entidad sin ánimo de lucro que pretende impulsar la confianza y calidad en Internet	Normativa estatal	Normas no vinculantes	Código de Conducta	Ámbito estatal
35	Llei 22/2010, del 20 de juliol	Codi de Consum de Catalunya	Normativa autonómica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
36	Decret 164/2010, de 9 de novembre	Regulació dels habitatges per ús turístic	Normativa autonómica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
38	Llei 32/2010, d'1 d'octubre	L'Autoritat Catalana de Protecció de Dades	Normativa autonómica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
39	Decret legislatiu 3/2010, de 5 d'octubre	Per l'adequació de normes amb rang de llei a la Directiva 2006/123/CE, del Parlament i del Consell, relativa als serveis en el mercat interior	Normativa autonómica	Normas vinculantes	Decret Legislativo	Cataluña
40	Llei 15/2009, de 22 de juliol	De Mediació en l'àmbit privat a Catalunya	Normativa autonómica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
41	Código deontológico IQUA	Para actividades en la sociedad de la información	Normativa autonómica	Normas no vinculantes	Código de Conducta	Cataluña
77	Código de Conducta Óptima	Código de Conducta Óptima Web de	Normativa estatal	Normas no vinculantes	Código de Conducta	Ámbito estatal

	Web	ANETCOM (asociación sin ánimo de lucro para el fomento del comercio electrónico empresarial y de las Nuevas Tecnologías en la comunidad Valenciana). Es un sello de calidad enfocado a los portales web de las empresas.				
78	Real Decreto 1457/1986, de 10 de enero	Reguladora de la actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres de reparación de vehículos.	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
79	Real Decreto 58/1988, de 29 de enero	Sobre protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico.	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
80	Ley 34/1988, de 11 de noviembre	Ley General de Publicidad	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
81	Ley 7/1995, de 23 de marzo	Ley Crédito al Consumo (derogada por Ley6/2011, de 24 de junio)	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
82	Ley 7/1996, de 15 de enero	Ley de ordenación del comercio minorista	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
83	Ley 7/1998, de 13 de abril	Ley de condiciones generales de contratación	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
84	Real Decreto 1828/1999, de 3 de diciembre	Por el que se aprueba el Reglamento del Registro de Condiciones Generales de la Contratación.	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
85	Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre	Se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales en	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal



		desarrollo del artículo 5.3 de la Ley 7/1998				
86	Ley 34/2002, de 11 de julio	Servicios de la Sociedad de la información y de comercio electrónico	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
87	Ley 39/2002, de 28 de octubre	De transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
88	Ley 40 /2002, de 14 de noviembre	Reguladora del contrato de aparcamiento de vehículos	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
89	Ley 47/2002, de 19 de diciembre	De reforma de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, 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	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
90	Ley 59/2003, de 19 de diciembre	Ley de firma electrónica	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
91	Ley 3/2004, de 29 de diciembre	Por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
92	Real Decreto 367/2005, de 27 de abril	Por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996 de ordenación del comercio minorista, y se definen los productos de	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal

		alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo.				
94	Real Decreto 424/2005, de 15 de abril	Se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
95	Ley 44/2006, de 29 de diciembre	De mejora de la protección de los consumidores y usuarios	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
96	Ley 15/2007, de 3 de julio	Ley de defensa de la Competencia	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
97	Ley 22/2007, de 11 de julio	Sobre la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
98	Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre	Por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
99	Ley 43/2007, de 13 de diciembre	De protección de los consumidores en la contratación de bienes con oferta de restitución del precio	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
100	Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo	Por el que se aprueba la carta de derechos del usuario de los servicios de comunicaciones electrónicas	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
101	Ley 16/2009, de 13 de noviembre	De servicios de pago	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
10	Ley 1/2010, de 1 de	De reforma de la	Normativa	Normas	Ley	Ámbito

2	marzo	Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista	estatal	vinculantes		estatal
103	Ley 60/2003, de 23 de diciembre	Ley de Arbitraje	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
104	Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero	Por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
105	Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo	Se modifica el Real Decreto 231/2008, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
106	AEDPAC (Aprobado por Instituto Nacional del Consumo)	Sobre etiquetado de accesorios para animales de compañía.	Normativa estatal	Normas no vinculantes	Acuerdo	Ámbito estatal
107	Resolución de 15 de septiembre 2004 de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información	Dispone la publicación del Código de Conducta para la prestación de los Servicios de Tarificación Adicional.	Normativa estatal	Normas no vinculantes	Código de Conducta	Ámbito estatal
108	ADESE, Código de autorregulación de videojuegos	Código de conducta de la industria europea del software interactivo relativo a la clasificación por edades, el etiquetado, la promoción y la publicidad de productos de software interactivo.	Normativa estatal	Normas no vinculantes	Código de Conducta	Ámbito estatal
109	Resolución de 8 de julio de 2009, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información,	Por la que se publica el código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes (modificada por la Resolución de 2 de julio de 2010, BOE nº 178, de 23/07/2010).-	Normativa estatal	Normas no vinculantes	Código de Conducta	Ámbito estatal
11	Confederación	Código Ético	Normativa	Normas no	Código de	Ámbito

0	Española de Centros de Formación y Academias Privadas CECAP		estatal	vinculantes	Conducta	estatal
111	Llei Orgànica 6/2006, de 19 de juliol	Estatut d'Autonomia de Catalunya	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
112	Decret 46/2005, de 22 de març,	Pel qual es crea el Consell de les Persones Consumidores de Catalunya	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
113	Decret 23/1998, de 4 de febrer	Pel qual s'estableixen el règim de subvencions de les organitzacions de consumidors i usuaris així com els requisits de les organitzacions més representatives	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
116	Llei 7/1997, de 18 de juny	Llei d'associacions	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
117	Decret 429/1983, de 18 d'octubre	Pel qual es crea el Registre d'Organitzacions de Consumidors i Usuaris de Catalunya	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
118	Ordre Conseller de Turisme i Comerç de 2 de desembre de 1983	Per la qual es fixen els requisits a complir per les diferents organitzacions de consumidors i usuaris per a la seva inscripció al Registre d'organitzacions de Consumidors i Usuaris de Catalunya.	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Orden	Cataluña
119	Decret 200/2010, de 27 de desembre	de creació, denominació i determinació de l'àmbit competencial dels departaments de l'Administració de la Generalitat de Catalunya	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña

120	Decret 70/2003, de 4 de març,	pel qual es regulen els fulls de reclamació/denúncia als establiments comercials i en l'activitat de prestació de serveis	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
121	Ordre ECF/188/2007, de 23 de maig	Per la qual s'aprova la tramitació telemàtica del procediment de presentació de queixes, denúncies, reclamacions i consultes a l'Agència Catalana del Consum	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Orden	Cataluña
122	Decret 12/2005, de 25 de gener	pel qual s'atribueixen competències al director o directora de l'Agència Catalana del Consum	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
123	Llei 13/2002, de 21 de juny	De turisme de Catalunya modificats els apartats 1 i 2 de la disposició addicional tercera i la disposició addicional quarta per la Llei 7/2004, de 16 de juliol; modificada pel Decret legislatiu 3/2010, de 5 d'octubre)	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
124	Llei 15/2007, de 5 de desembre	de l'Agència Catalana de Turisme	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
125	Decret 183/2010, de 23 de novembre	d'establiments d'allotjament turístic (Derogat pel Decret 159/2012, de 20 de novembre)	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
126	Correcció d'errades al Decret 183/2010, de 23 de novembre	d'establiments d'allotjament turístic	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
131	Decret 242/2005, de 8 de novembre	De desplegament de l'estructura de l'Agència Catalana del Consum	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña

130	Llei 9/2004, de 24 de desembre	De creació de l'Agència Catalana del Consum	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
129	Decret 168/1994, de 30 de maig	de reglamentació de les agències de viatges (Modificat pel Decret 300/1998, de 17 de novembre; Decret 210/1995, i pel Decreto 158/2012, de 20 de novembre)	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
132	Llei 1/1990, de 8 de gener	sobre la disciplina del mercat i de la defensa dels consumidors i usuaris	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
133	Decret 206/1990, de 30 de juliol	sobre la inspecció de disciplina de mercat i Consum	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
134	Decret legislatiu 1/1993, de 9 de març	sobre comerç interior, pel qual s'aprova la refosa en un text únic dels preceptes de la Llei 1/1983, de 18 de febrer, i la Llei 23/1991, de 29 de novembre	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto Legislativo	Cataluña
135	Llei 3/1993, de 5 de març	de l'Estatut del consumidor (disposició derogada)	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
136	Llei 1/1998, de 7 de gener	de política lingüística	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
137	Llei 8/2004, de 23 de desembre	d'horaris comercials	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
138	Llei 17/2005, de 27 de desembre	Que modifica la Llei 8/2004 d'horaris comercials	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
139	Decret 73/2002, de 19 de febrer	pel que es regula la indicació dels preus dels productes oferts als consumidors i usuaris	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
140	Decret 150/1996, de 30 d'abril,	pel qual s'estableix el període de rebaixes (Derogat pel Decret-Llei 4/2012, de 30 de octubre)	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña

14 1	Llei 15/2005, de 27 de desembre	de reforma parcial de diversos preceptes legals en matèries d'agricultura, ramaderia i pesca, de comerç, de salut i de treball	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
14 2	Llei 32/2010, d'1 d'octubre,	De l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
14 3	Decret 48/2003, de 20 de febrer,	pel qual s'aprova l'estatut de l'Agència Catalana de Protecció de Dades.	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
14 4	Recomanació 1/2008, de l'Agència Catalana de Protecció de Dades	sobre la difusió d'informació que contingui dades de caràcter personal a través d'Internet	Normativa autonòmica	Normas no vinculantes	Recomendación	Cataluña
14 5	Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre	de Protecció de Dades de Caràcter Personal	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
14 6	Llei 2/2011, de 4 de març	d' Economia Sostenible. Modificació de la LOPD.	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
14 7	Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre.	Pel qual s'aprova el Reglament de desplegament de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
14 8	Reial Decret 1665/2008, de 17 d' octubre,	pel que es modifica l'Estatut de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades aprovat pel Reial Decret 428/1993, de 26 de març	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
14 9	Reial Decret 156/1996, de 2 de febrer	pel que es modifica l'Estatut de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
15 0	Reial Decret 1332/94, de 20 de juny	pel que se desenvolupen alguns preceptes de	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal

		la Llei Orgànica 5/1992				
15 1	Reial Decreto 428/1993, de 26 de març,	pel que s'aprova l'Estatut de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades (modificat per RD 1665/2008 i RD 156/1996)	Normativa estatal	Normas vinculantes	Real Decreto	Ámbito estatal
15 2	Llei 35/2010, d'1 d'octubre,	de l'occità, aranès a l'Aran	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
15 3	Llei 42/1998, de 15 de desembre	sobre drets d'aprofitament per torn de béns immobles d'àmbit turístic i normes tributàries (derogat per RD-Llei 8/2012 i Llei 4/2012, de 6 de juliol)	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
15 4	Llei 29/1994, de 24 de novembre	d'arrendaments urbans	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
15 5	Llei 49/2003, de 26 de novembre	d' arrendaments rústics	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
15 6	Llei 18/2007, de 28 de desembre	del dret a l'habitatge	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
15 7	Llei 38/1999, de 5 de novembre,	d'ordenació de l'edificació	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
15 8	Llei 25/2009, de 22 de desembre,	de modificació de diverses lleis per la seva adaptació a la Llei sobre el lliure accés a les activitats de serveis i al seu exercici	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
15 9	Ley 28/1998, de 13 de julio,	de Venta a Plazos de Bienes Muebles	Normativa estatal	Normas vinculantes	Ley	Ámbito estatal
16 0	Ordre ECF/215/2007, de 30 de maig,	per la qual s'estableix el procediment d'atorgament i retirada del distintiu públic de confiança en línia, així com l'exercici de les funcions adreçades a vetllar pel manteniment dels requisits que en justifiquen l'atorgament	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Orden	Cataluña
16	Decret 32/2005, de	pel qual es regula la	Normativa	Normas	Decreto	Cataluña



1	8 de març	senyalització de les limitacions en la venda de begudes alcohòliques	autonòmica	vinculantes		
16 2	Decret 321/2011, de 19 d'abril	pel qual es deroguen diverses disposicions reglamentàries referides a les matèries de competència del Departament d'Empresa i Ocupació	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
16 3	Llei 12/2008, del 31 de juliol	de seguretat industrial	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Ley	Cataluña
16 4	Decret 30/2010, de 2 de març	pel qual s'aprova el reglament de desplegament de la Llei 12/2008, de 31 de juliol, de seguretat industrial.	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
16 5	Decret 298/1993, de 8 d'octubre,	de modificació del decret 147/1987 de 31 de març, pel qual es regula l'activitat industrial i de prestació de serveis en els tallers de reparació de vehicles automòbils, dels seus equips i components	Normativa autonòmica	Normas vinculantes	Decreto	Cataluña
17 3	Directiva 2011/83, de 25 octubre de 2011 del Parlamento Europeo y el Consejo	sobre derechos de los consumidores. (modifica Directiva 93/13/EEC y Directiva 1999/44/EC; deroga Directiva 85/577/EEC y Directiva 97/7/EC)	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
17 4	Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2000	relativa a determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
17 5	Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de mayo de 1999	sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo (texto no incluye	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal

		modificación Directiva derechos consumidor de 2011)				
176	Directiva 2009/22/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009	relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
177	Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993	sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores. (Texto modificado por la Directiva de derechos de consumo de 2011)	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
178	Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006	relativa a los servicios en el mercado interior	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
179	Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005	relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
180	Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006	sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
181	Directiva 85/374/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1985	relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de responsabilidad por los daños causados	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal

		por productos defectuosos (modificada por Directiva 1999/34/CE, de 10 de mayo)				
18 2	Directiva 2008/122/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de enero de 2009	Relativa a la protección de los consumidores con respecto a determinados aspectos de los contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
18 3	Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de febrero de 1998	Relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
18 4	Directiva 2008/122/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de enero de 2009	Relativa a la protección de los consumidores con respecto a determinados aspectos de los contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y intercambio	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
18 5	Directiva 2007/64/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 noviembre de 2007	De servicios de pago en el Mercado Interior	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
18 6	Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1990	Relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
18	Directiva 98/6/CE,	Relativa a la	Normativa	Normas	Directiva	Ámbito

7	de 16 de febrero, del Parlamento Europeo y del Consejo	protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores.	europaea	vinculantes		estatal
188	Directiva 2008/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de abril de 2008	Relativa a los contratos de crédito al consumo y por la que se deroga la Directiva 87/102/CEE del Consejo	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
189	Directiva 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de septiembre de 2002	Relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
190	Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de Marzo,	Relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación, y publicidad de los productos alimentarios	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
191	Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001	relativa a la seguridad general de los productos	Normativa europea	Normas vinculantes	Directiva	Ámbito estatal
192	Reglamento (CE) 2006/2004, de 27 de octubre	Sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores	Normativa europea	Normas vinculantes	Reglamento (CE)	Ámbito estatal
193	Reglamento (CE) n° 261/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de febrero de 2004	Por el que se establecen normas comunes sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y de	Normativa europea	Normas vinculantes	Reglamento (CE)	Ámbito estatal

		cancelación o gran retraso de vuelos				
194	Reglamento (CE) nº 2027/97 del Consejo de 9 de octubre de 1997	Sobre la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente	Normativa europea	Normas vinculantes	Reglamento (CE)	Ámbito estatal
195	Reglamento (CE) nº 889/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de mayo de 2002	Por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 2027/97 del Consejo sobre la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente	Normativa europea	Normas vinculantes	Reglamento (CE)	Ámbito estatal
196	Reglamento (CE) nº 2320/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2002	Por el que se establecen normas comunes para la seguridad de la aviación civil	Normativa europea	Normas vinculantes	Reglamento (CE)	Ámbito estatal
197	Reglamento (CE) n.º 1371/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de octubre de 2007	Sobre los derechos y las obligaciones de los viajeros de ferrocarril	Normativa europea	Normas vinculantes	Reglamento (CE)	Ámbito estatal
198	Recomendación de la comisión de 4 de abril de 2001	Relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo.	Normativa europea	Normas no vinculantes	Recomendación	Ámbito estatal
199	Recomendación 98/257/CE de la Comisión, de 30 de marzo	Relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo	Normativa europea	Normas no vinculantes	Recomendación	Ámbito estatal



## **Appendix 4: Questionnaire on Geoconsum delivered to consumer experts and mediators**

15 May 2012

Geoconsum is an application designed and implemented within the Institute of Law and Technology at the Autonomous University of Barcelona (IDT-UAB) that users can install into their mobile devices. Currently this application is available only for Android OS but it may be later implemented for other operating systems such as iOS or Windows Phone. Once installed, this application provides access to various functionalities.

Geoconsum includes two databases. The first database covers entities offering information, advice and mediation services to consumers in Catalonia. In total, it provides data about one hundred and thirty-two bodies. This includes data about a hundred and three Local and Supra local Consumer Information Offices (OMICs and OCICs) and fourteen Consumer Arbitration Boards (which includes the Catalan Consumer Arbitration Board and the local Consumer Arbitration Boards). It also offers information and contact details of fifteen consumer organizations carrying out their activities in Catalonia. In total, the database includes details of consumer protecting entities in ninety-four cities, towns and villages in Catalonia. Moreover, Geoconsum uses geolocation devices to provide several of its features. Thus, the user can perform a search of the nearest consumer information offices and the search application offers a path to the nearest consumer entity. The application provides details of the entities and their contact details: website, email contact, phone, fax and mailing address so consumers can easily contact the entity that has been searched for.

Moreover, Geoconsum provides a database of consumer legislation applicable in Catalonia. The database includes European, Spanish and Catalan legislation totalling one hundred and twenty-one laws. Users can perform a keyword search through text or by audio through automatic speech recognition.

This questionnaire is anonymous and is intended for consumer experts and mediators who are carrying out their activities in Catalonia.

### **Questionnaire:**

#### **General aspects of consumer empowerment:**

- 1 Do you believe that consumers have, in general, enough information about

consumer protecting bodies should they experience a problem with a product or a service?

- Yes, very much
- Yes, quite
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

2 Do you believe that consumers have, in general, enough information about consumer legislation?

- Yes, very much
- Yes, quite
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

3 What are the major obstacles for consumers to access consumer legislation?

- Difficult access to laws
- Little interest/lack of need
- Misunderstanding of rules
- Other

Provide some arguments (optional)

.....

4 Do you believe that this application may contribute to provide more information to consumers about what legal rules may be of help should they experience a problem with a product or a service?

- Yes



Why?.....

No

Why? .....

**About the functionality of the consumer protection entities database:**

5 Do you think it is useful for consumers to provide a list of the nearest consumer information and mediation bodies?

Yes, very much

Yes, quite

Not much

Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

6 Do you think it is useful to provide a geolocation device displaying the nearest consumer protecting bodies and an route map?

Yes, very much

Yes, quite

Not much

Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

7 Do you think it is useful to provide a search of entities according to the type of entity (OMICS/OCICS, Consumer Arbitration Bodies or Consumer associations)

Yes, very much

Yes, quite

Not much

Not at all

Provide some arguments (optional)

.....  
8 Do you think it is useful to provide a search by city, town or village?

- Yes, very much
- Yes, quite
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

9 Number 1 to 6 (6 to score maximum) the usefulness of the following contact details:

- Telephone number
- Fax number
- Electronic mail
- Web page
- Postal Address
- Entity localisation map

Provide some arguments (optional)

.....

**About the functionalities of the legislation database:**

10 Do you think that a compendium of consumer legislation is useful for consumers?

- Yes, very much
- Yes, quite
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

11 Do you think that a compendium of consumer legislation is useful for consumer experts and mediators?

- Yes, very much
- Yes, a lot
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

12 Do you think that a legislation search by key word may be useful?

- Yes, very much
- Yes, a lot
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

13 Do you think that a key-word search by speech recognition may be useful?

- Yes, very much
- Yes, a lot
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

**About the design of Geoconsum and its use on mobile devices:**

14 Do you think that its design is appropriate and user-friendly for consumers?

- Yes, very much
- Yes, a lot
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....  
15 Do you think that mobile devices can help empower consumers to access consumer information?

- Yes, very much
- Yes, a lot
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

**General assessment and other functionalities:**

16 Geoconsum is intended to be a tool that brings consumers closer to consumer protecting bodies in Catalonia. Do you think that this mobile app may contribute towards this end?

- Yes, very much
- Yes, quite
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

17 Do you think that Geoconsum can be of use to consumers?

- Yes, very much
- Yes, quite
- Not much
- Not at all

Provide some arguments (optional)

.....

18 What other functionalities do you think could be added to the application in order

to improve it?

- Physically locating where the conflict has arisen
- Taking a picture of a product
- Integrating this application into an Online Dispute Resolution platform
- Other

Provide some arguments (optional)

.....

Thanks for participating in this questionnaire



## Bibliography

- Abdel Wahab MS, Katsh E and Rainey D (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).
- Access Info Europe and Open Knowledge Foundation, *Beyond Access: Open Government Data & The Right to (Re)use Public Information* (2011)
- AUTOCONTROL, AECEM, *Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva* (Junio 2005)
- Agència Catalana del Consum, *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2009* (2010)
- , *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2010* (2011)
- , *Balanç d'actuacions de l'Agència Catalana del Consum al 2011* (2012)
- Alamillo Domingo I and Urios Aparisi X, 'El nuevo régimen legal de gestión de la identidad y firma electrónica por las Administraciones Públicas' in L Cotino Hueso and J Valero Torrijos (eds), *Administración electrónica. La Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos y los retos jurídicos del e-gobierno en España* (Tirant lo Blanch 2010).
- American Bar Association (ABA), *Recommended best practices for online dispute resolution service providers* (2002)
- Banks K, 'Appropriate Mobile Technologies: Is Grassroots Empowerment for All?' in M Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- Barona Vilar S, *Solución extrajudicial de conflictos, Alternative dispute resolution (ADR) y derecho procesal* (Tirant lo blanch 1999).
- Barral Viñals I, 'Del consumidor destinatari final al consumidor no expert en la contractació en massa' (2007) 7 *Revista Catalana de Dret Privat* 69.
- , 'The online dispute resolution system: E-consumers and individual redress in the EU' in J Devenney and M Kenny (eds), *European Consumer Protection, Theory and Practice* (Cambridge University press 2012).

- , 'Hacia la mediación electrónica (a propósito de la mediación electrónica institucional en derecho de consumo)' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Justicia y sociedad; 33, Generalitat de Catalunya. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada 2011).
- 'Consumer Complaints, Access to Justice and e-Confidence: From ADR to ODR' in Poblet, M. and others (ed), *Courts and Mediation. New Paths for Justice. Selected Papers from the Symposium on Courts and Mediation, GEMME-Catalan White Book on Mediation, Cosmocaixa, Barcelona, June, 18th-19th, 2009* (European Press Academic Publishing 2010).
- Barral Viñals I and Suquet Capdevila J, 'La mediación en el ámbito de consumo' in P Casanovas, J Magre and M<sup>a</sup> E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya, Huygens 2011).
- Barral Viñals I, Gramunt Fombuena M D and Llácer Matabas R, *Codi Bàsic de Consum i Comerç Electrònic* (Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme, 2003)
- Barral I and others, 'El concepto jurídico de mediación' in P Casanovas and others (eds), *Materiales del Libro Blanco de la Mediación de Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada 2009).
- Bellucci E, 'Software developed for use in Family Mediation: Asset Divider' in M Poblet, U Schild and J Zeleznikow (eds), *Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009): a Post conference Workshop at the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law* (Huygens 2009).
- Bellucci E and Zeleznikow J, 'Developing negotiation decision support systems that support mediators: A case study of the Family Winner system' (2005) 13(2) *Artificial Intelligence and Law* 233.
- Benyekhlef K and Gélinas F, 'Online Dispute Resolution' (2005) 10(2) *Lex electronica* <[http://www.lex-electronica.org/docs/articles\\_87.pdf](http://www.lex-electronica.org/docs/articles_87.pdf)>, last accessed 24 February 2013.
- Berger KP, 'Private Dispute Resolution in International Business. Negotiation, mediation, arbitration.' (Kluwer Law International 2006).
- Berners-Lee T, Hendler J and Lassila O, 'The Semantic Web' (May 17, 2001) *Scientific American*.
- BEUC, *Position on the Commission's Green Paper on Alternative Dispute Resolution* (BEUC/X/048/2002, 2002).



- Bing J, 'Let there be LITE: a brief history of legal information retrieval' (2010) 1(1) *European Journal of Law and Technology* <<http://ejlt.org//article/view/15/20>> last accessed 24 February 2013.
- Blanco Carrasco M, *Mediación y consumidores* (Instituto Nacional del Consumo 2005).
- , 'La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro' (2009) XLII *Anuario Jurídico y Económico Escurialense* 129.
- , 'Artículo 2.3. Mediaciones excluidas del ámbito de aplicación de la ley.' in García Villaluenga, Leticia and Carlos Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012* (Reus 2012).
- Boella G and van der Torre L, 'Regulative and Constitutive Norms in Normative Multiagent Systems' (CLIMA'05 Proceedings of the 6th international conference on Computational Logic in Multi-Agent Systems London June 27-29 2005) 303.
- Bol SH, 'An analysis of the role of different players in e-mediation: the (legal) implications' (Second International ODR Workshop Wolf Legal Publishers, Tilburg 2005) 23.
- Bonnet V and others, 'Online Dispute Resolution Systems as Web Services' in *Proceedings Hewlett-Packard OpenView University Association Workshop* (Proceedings 11-13-2002, 2002).
- Bontcheva K and others, 'Semantic Information Access' in J Davies, R Studer and P Warren (eds), *Semantic Web Technologies. Trends in Research in Ontology-Based Systems* (John Wiley & Sons, Ltd 2006).
- Botana García G, 'La protección de los consumidores y el comercio electrónico' in J Cremades, M A Fernández Ordóñez and R Illescas (eds), *Régimen Jurídico de Internet* (La Ley- Actualidad 2002).
- Botana García G and Ruiz Muñoz M, *Curso sobre la protección jurídica de los consumidores* (McGraw/Hill 1999).
- Bourgoignie TM and Trubeck D, *Consumer Law, Common Markets and Federalism in Europe and the United States*, vol. 3: Integration Through Law, Europe and the American Federal Experience (Walter de Gruyter 1987).
- Bourgoignie T, *Elementos para una teoría del derecho de consumo* (Gobierno Vasco. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo 1994).
- Breuker J and others, 'The Flood, the Channels and the Dykes: Managing Legal Information in a Globalized and Digital World' in Breuker, Joost and others (ed), *Law, Ontologies and the Semantic Web* (IOS Press 2009).

- Busto Lago JM, Álvarez Lata N and Peña López F, *Reclamaciones de Consumo: Derecho de Consumo desde la Perspectiva del Consumidor* (Thomson-Aranzadi, Cizur Menor 2010).
- Calais-Auloy J, *Droit de la consommation* (Daloz 1986).
- Calais-Auloy J and Temple H, *Droit de la consommation* (8th edn, Daloz 2010).
- Cane P and Kritzer HM, *The Oxford handbook of empirical legal research* (Oxford University Press 2012).
- Capdevila Nogué M, 'Mediació en matèria de consum' in C Florensa i Tomàs (ed), *El arbitraje de consumo* (Tirant lo Blanch 2004).
- Casado Cerviño A, 'El arbitraje de consumo' in A de Martín Muñoz and S Hierro Antibarro (eds), *Comentario a la ley de arbitraje* (Marcial Pons 2006).
- Casanovas P, 'El diàlego como fuente de derecho' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Justicia y Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d' Estudis Jurídics i Formació Especialitzada 2011).
- 'Agreement and Relational Justice: A Perspective from Philosophy and Sociology of Law' in S Ossowski (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013).
- Casanovas P, Magre J and Lauroba ME, 'Conclusions and Recommendations' in P Casanovas, J Magre and M E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya, Huygens 2011).
- Casanovas P and Poblet M, 'Concepts and Fields of Relational Justice' in P Casanovas and others (eds), *Computable Models of the Law* (Springer Verlag 2008).
- Casanovas P and others, 'Introducción: marco conceptual, metodología y guía de lectura' in P Casanovas, J Magre and M<sup>a</sup> E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2010).
- Casañas E and others, 'Percepción de la mediación según los profesionales de la justicia' in P Casanovas, J Magre and M E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Cataluña* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2010).

- Castells M, *L'era de la informació: economia, societat i cultura. Volum I. La societat xarxa* (M García Madera tr, Editorial UOC 2003).
- CISCO, *Cisco White Paper. Cisco Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2011-2016* (2012)
- Clark E, Cho G and Hoyle A, 'Online Dispute Resolution: Present Realities, Pressing Problems and Future Prospects' (2003) 17 *International Review of Law, Computers & Technology* 7.
- Collins H, *Regulating contracts* (Oxford University Press 1999).
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), *Informe Anual 2010* (2011)
- Comité Européen de Normalisation (CEN), *CEN Workshop Agreement: Standardization of Online Dispute Resolution Tools* (2009, ICS 03.120.10; Ref. No.: CWA 16026: 2009 E, 2009)
- Commission of the European Communities, Green Paper. Access of Consumers to Justice and the Settlement of Consumer Disputes in the Internal Market (COM (93) 576 final, 1993)
- , Communication from the Commission "Action Plan on consumer access to justice and the settlement of consumer disputes in the internal market" (14.02.1996, COM 96, 13 Final, 1996)
- , *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the European Economic and the European Economic and Social Committee. EU Consumer Policy strategy 2007-2013. Empowering consumers, enhancing their welfare, effectively protecting them* (13.3.2007, COM(2007) 99 final. {SEC(2007) 321} {SEC(2007) 322} {SEC(2007) 323}, 2007).
- Conley Tyler M, '115 and counting. The state of ODR 2004' in M Conley Tyler, E Katsh and D Choi (eds) (Proceedings of the Third Annual Forum on Online Dispute Resolution 2004).
- Conley Tyler M and Bretherton D, 'Seventy Six and Counting: an Analysis of ODR Sites. A Report of Research conducted for the Department of Justice, Victoria, Australia' (Proceedings of the UNECE Forum on ODR 2003).
- Consumers International, *Disputes in Cyberspace 2001: Update of Online Dispute Resolution for Consumers in Cross-border Disputes. Consumers International Office for Developed and Transition Economies. Available at <<http://www.consumersinternational.org/news-and-media/publications/disputes-in-cyberspace-2001-update-of-online-dispute-resolution-for-consumers-in-cross-border-disputes#.UVBk8hc9qnl>>*(2001)

- Contini F and Lanzara G F (eds), *ICT and Innovation in the Public Sector. European Studies in the Making of e-Government* (Palgrave MacMillan 2009).
- Contini F and Lanzara GF, 'Introduction' in F Contini and G F Lanzara (eds), *ICT and Innovation in the Public Sector. European Studies in the Making of E-Government* (Palgrave Macmillan 2009).
- Cordón Moreno F, *El Arbitraje de Derecho Privado. Estudio breve de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje* (Civitas 2005).
- Cortés P, 'Can I Afford Not to Mediate? Mandatory Online Mediation for European Consumers: Legal Constraints and Policy Issues' (2008) 35(1) Rutgers University Computer & Technology Law Journal.
- , 'Developing Online Dispute Resolution for Consumers in the EU: A Proposal for the Regulation of Accredited Providers' (2010) 19(1) International Journal of Law and Information Technology 1.
- , *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union* (Routledge 2011).
- Cruquenaire A and Patoul Fd, 'Le développement des modes alternatifs de règlement des litiges de consommation : Quelques réflexions inspirées par l'expérience ECODIR' (2002) 8(1) Lex Electronica <[http://www.lex-electronica.org/docs/articles\\_139.htm](http://www.lex-electronica.org/docs/articles_139.htm)> (Last accessed 24 February 2013).
- Davis BG, 'The First International Competition for Online Dispute Resolution: Is this Big, Different and New?' (2002) 19 Journal of International Arbitration 379.
- de León Arce A, 'La protección legal de consumidores y usuarios en España' in A de León Arce and L M García García (eds), *Derechos de los consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)* (Tirant lo Blanch 2007).
- Díez-Picazo Ponce de León, L, *Derecho y masificación social. Tecnología y derecho privado* (Civitas 1987).
- Ebner N, 'E-Mediation' in M S Abdel Wahab, E Katsh and D Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on technology and dispute resolution* (Eleven International Publishing 2012).
- Esteban de la Rosa, F and Orozco Pardo G (eds), *Mediación y arbitraje de consumo. Una perspectiva española, europea y comparada*, vol 713 (Gobierno de España. Ministerio de Justicia, Tirant lo Blanch 2011).

Esteban de la Rosa, G 'Irrupción del movimiento ADR (Alternative Dispute Resolution) en las relaciones transfronterizas' (2005) 20 Revista de la Corte Española de Arbitraje 89.

European Commission, 'Commission Staff Working Paper. Consumer Empowerment in the EU' (2011) Commission Staff Working Paper. Consumer Empowerment in the EU. SEC (2011) 469 final.

--, *Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Analytical report. (Flash Eurobarometer)* (European Commission EB Series 299, 2011).

--, *Special Eurobarometre 342. Consumer Empowerment* (2011).

--, *European Interoperability Framework for Pan-European eGovernment Services* (v1, 2004)

--, *Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union* (2011)

European Commission (Directorate General for the Information Society. Unit Information Market (E4)), *Exploiting the potential of Europe's public sector information. Public sector information. Access and re-use* (2004)

European Commission and DG Sanco, *Consultation Paper on the Use of the Alternative Dispute Resolution as a means to resolve disputes related to commercial transactions and practices in the European Union* (2011)

European Parliament, *Draft Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)* ((COM (2012) 0793 -C7-0454/2011-2011/0373 (COD)), 2012)

--, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Directive 2013/.../EU of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)* ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0373), 2013)

--, *Position of the European Parliament adopted at first reading on 12 March 2013 with a view to the adoption of Regulation (EU) No .../2013 of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR)* ((EP-PE\_TC1-COD(2011)0374), 2013)

- European Parliament Legal Affairs Commission, *Final report on the proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects of mediation in civil and commercial matters (COM(2004)0718 – C6-0154/2004 – 2004/0251(COD))* (Final A6 0074/2007, 2007)
- Exon SN, 'How can a Mediator be Both Impartial and Fair: Why Ethical Standards of Conduct Create Chaos for Mediators' [2006] 2 *Journal of Dispute Resolution* 387.
- , 'The effects that mediator styles impose on Neutrality and Impartiality Requirements of Mediation' (2008) 42 *University San Francisco Law Review*.
- , 'The Next Generation of Online Dispute Resolution: The Significance of Holography to Enhance and Transform Dispute Resolution' (2010) 12(1) *Cardozo Journal of Conflict Resolution* 19.
- Fernández Rozas JC, 'Arbitraje comercial internacional' in J C Fernández Rozas, R. Arenas García and P A de Miguel Asensio (eds), *Derecho de los negocios internacionales* (4ª edn, IUSTEL 2013).
- Florensa Tomás CE (ed), *El arbitraje de consumo* (Tirant Monografias 2004).
- Fornier Delaygua JJ, 'La Ley Modelo UNCITRAL de conciliación internacional: ¿en qué puede ayudar a la conceptualización normativa de la mediación?' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales Jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada edn, 2011).
- García Villaluenga L, *Mediación en conflictos familiares. Una construcción desde el derecho de familia* (Reus 2006).
- Geist A, 'The Open Revolution: Using Citation Analysis to Improve Legal Text Retrieval' in M Fernández-Barrera and others (eds), *Law and Technology. Looking into the Future. Selected Essays* (Series in Legal Information and Communication Technologies, European Press Academic Publishing 2009).
- Gibbons LJ, 'Rusticum Judicium, private courts enforcing private and public rights: regulating virtual arbitration in cyberspace' (1998) 24 *Ohio Northern University Law Review* 769.
- Ginsburg JC, 'The Private International Law of Copyright in an era of technological change' (1998) 273 *Recueil des Cours de l'Académie de Droit International* 239.
- González Pillado E, *Resolución de conflictos en materia de consumo: proceso y arbitraje. Práctica jurídica* (Tecnos 2010).

- González-Conejero J and others, 'Online Mediation Consumer Tools: Mediapp-Mediweb' (eChallenges e-2011 Conference Proceedings, IIMC International Information Management Corporation, Florence 26-28 October 2011).
- Guillén Caramés M, 'Métodos extrajudiciales de solución de conflictos en el ámbito del consumo' in A Cano Linares and A Catanedo Abay (eds), *Métodos alternativos de solución de conflictos: perspectiva multidisciplinar* (Dykinson 2006).
- Hattotuwa S, 'Mobiles and ODR: Why We Should Care' in M S Abdel Wahab and Daniel Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).
- Heras S and others, 'Arguing to Support Customers: The Call Centre Study Case' in Ossowski, Sascha (ed), *Agreement Technologies* (Springer 2013).
- Hondius E, 'The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract Law: A Synthesis' (2004) 27(3) *Journal of Consumer Policy* 245.
- Hörnle J, 'Online Dispute Resolution: The Emperor's New Clothes?' (2003) 17 *International Review of Law, Computers & Technology* 27.
- , 'Online dispute Resolution in Business to Consumer E-commerce Transactions' (2002) 2 *The Journal of Information, Law and Technology (JILT)* <[http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002\\_2/hornle](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002_2/hornle)>, last accessed 24 February 2013.
- , *Cross-border Internet Dispute Resolution* (Cambridge University Press 2009).
- Howe J, 'The rise of crowdsourcing' (2006) *Wired* <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>.
- Howells G, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32(3) *Journal of Law and Society*.
- Huiu A and Aresty J, 'Mobile Technology and the Rule of Law' in Poblet, Marta (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- International Institute for Conflict Prevention & Resolution (CPR), *CPR Procedures and Clauses. Mediation Procedure (2005)*
- Joseph S, 'Coherence-Based Computational Agency' (Doctoral thesis, Universitat Autònoma de Barcelona 2010).

- Katsh E and Rifkin J, *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace* (Jossey-Bass 2001).
- Katsh E and Rainey D, 'ODR and Government in a Mobile World' in M Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- Kaufmann-Kohler G and Schultz T, *Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice* (Kluwer Law International: Schultess 2004).
- Kersten GE and Lai H, 'Negotiation Support and E-negotiation Systems: An Overview' (2007) 16(6) *Group Decision and Negotiation* 553.
- Komaitis, K 'Pandora's box is finally opened: The uniform domain name dispute resolution process and arbitration' (2005) 19 *International Review of Law, Computers & Technology* 99.
- Lauroba E and others, 'La construcción institucional y jurídica de la mediación' in P Casanovas, J Magre and E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. edn, Huygens 2011).
- Lodder A and Zeleznikow J, *Enhanced Dispute Resolution Through the Use of Information Technology* (Cambridge University Press 2010).
- Lodder AR, 'The Third Party and Beyond. An analysis of the different parties, in particular The Fifth, involved in Online Dispute Resolution' (2006) 15(2) *Information & Communications Technology Law* 143.
- Lodder AR and Zeleznikow J, 'Developing an Online Dispute Resolution Environment: Dialogue Tools and Negotiation Systems in a Three Step Model' (2005) 10 *Harvard Negotiation Law Review* 287.
- Lodder AR and others, 'Towards Standardisation of Online Dispute Resolution Tools' (Expanding the Horizons of ODR. Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop 08) CEUR Workshop Proceedings Series, Firenze 2008) 8.
- Maluquer de Motes CJ, 'Los códigos de conducta como fuente de Derecho' (2003) 17 *Derecho privado y constitución*.
- , 'La solución extrajudicial de conflictos: Códigos de conducta y arbitraje electrónico' in I Barral (Coord), *La regulación del comercio electrónico* (Dykinson 2003).
- , 'El arbitraje de consumo como instrumento de calidad al servicio del consumidor y del empresario' in C E Florensa Tomás (ed), *El arbitraje de consumo* (Tirant lo Blanch 2004).



- Marchal Escalona N, 'Los mecanismos de solución extrajudicial y las controversias laborales internacionales' [2004] *Revista Española de la Corte de Arbitraje* 95.
- Martín Delgado I, 'Identificación y autenticación de los ciudadanos' in E Gamero Casado and J Valero Torrijos (eds), *La Ley de la Administración Electrónica. Comentario sistemático a la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos* (2nd edn, Aranzadi Thomson Reuters 2009).
- Mc Fadden D, 'Arbitraje de consumo en el Derecho anglosajón' in F Esteban de la Rosa and G Orozco Pardo (eds) *Mediación y arbitraje de consumo. Una perspectiva española, europea y comparada* (Tirant lo Blanch 2010).
- Mohr R and Contini F, 'Reassembling the Legal. The Wonders of Modern Science in Court-Related Proceedings' (2011) 20(4) *Griffith Law Review* 995.
- Montesinos García A, 'Algunas reflexiones sobre el Convenio Arbitral' (2006) XXI *Revista Española de la Corte de Arbitraje* 23.
- , *Arbitraje y nuevas tecnologías* (Thompson/Civitas 2007).
- Moore C, *El Proceso de Mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos*, (A Leal tr, Ediciones Granica, S.A. 1996).
- Newman DR and Doherty U, 'Making the law accessible to non-lawyers: effects of different kinds of expertise on perceived usability of online legal information services' (2008) 27(5) *Behaviour & Information Technology* 423.
- Noriega P and López de Toro C, 'Towards a Platform for Online Mediation' (Proceedings of the Workshop on Legal and Negotiation Decision Support Systems (LDSS 2009) in conjunction with ICAIL 2009.CEUR Workshop Proceedings CEUR-WS.org/Vol-482/, Barcelona 12/06/2009) 67.
- OCDE: Consumer Dispute Resolution and Redress in the global Marketplace, *Consumer Dispute Resolution and Redress in the global Marketplace* (2007)
- , *Building Trust in the Online Environment: Business to Consumer Dispute Resolution. Joint Conference of the OECD, HCOPII, ICC. Report of the Conference* (DSTI/ICCP/REG/CP(2001)2, 11-12 December 2000)
- , *Defining and Measuring e-Commerce: a Status Report* (7 October 1999, DSTI/ICCP/IIS(99)4/FINAL, 1999)
- Ondarza Zubieta I, *Resolución informal de conflictos de consumo. Un estudio comparativo entre Vitoria-Gastei y Turku (Finlandia)* (Argitalpena 1998).
- Parra Lucán, M. A, *Nota introductoria. Legislación de Consumo* (Tecnos, 2007)

- Pastor Prieto S, *¡Ah de la Justicia! Política judicial y economía* (Civitas 1993).
- Pastor Prieto S and Moreno Catena VM, *El coste de la justicia* (Cuadernos de Derecho Judicial, Consejo General del Poder Judicial 2002).
- Pawala A, 'A History of Legal Informatics: An Introduction to the Special Issue' (2010) 1(1) *European Journal of Law and Technology* <http://ejlt.org//article/view/21/38>, last accessed 24 February 2013.
- Paz Lloveras E, *Libro blanco sobre mecanismos extrajudiciales de solución de conflictos. Proyecto i-confianza: autorregulación y sistemas extrajudiciales off-line y on-line de solución de conflictos para entornos de comercio electrónico* (AENOR, 2002)
- Poblet M and others, 'Tecnologías para la mediación en línea, estado del arte, usos y propuestas' in P Casanovas, J Magre and M E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la mediación en Catalunya* (Departament de Justícia: Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).
- Poblet M, *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (ed) (Series: Law, Governance and Technology Series, Vol. 2, Springer Verlag 2010).
- , 'Introduction to Mobile Technologies, Conflict Management, and ODR: Exploring Common Grounds' in M Poblet (ed), *Mobile Technologies for Conflict Management. Online Dispute Resolution, Governance, Participation* (Springer 2011).
- , 'Rule of Law on the Go: New Developments of Mobile Governance' (2011) 17(3) *Journal of Universal Computer Science* 498.
- 'Tagging Constitutions Online: Constitution Day in Barcelona' (2011) <<http://serendipolis.wordpress.com/2011/11/29/tagging-constitutions-online-constitution-day-in-barcelona/>>
- Poblet M and Casanovas P, 'Emotions in ODR' (2007) 21(2) *International Review of Law, Computers & Technology* 145.
- , 'Towards a convergence of the e-justice and ODR research domains' (Proceedings of the 4th International Workshop on Online Dispute Resolution. In conjunction with the 11th International Conference on Artificial Intelligence & Law (ICAIL) Palo Alto, 8 June 2007) 57.
- Poblet M and others, 'ODR, Ontologies, and Web 2.0' (2011) 17(4) *Journal of Universal Computer Science* 619.
- Poblet M and others, 'The Ontomedia Project: ODR, Relational Justice, Multimedia' in D Bourcier and others (eds), *Intelligent Multimedia*.

- Managing Creative Works in a Digital World* (European Press Academic Publishing edn, 2010).
- Poblet M and others, 'ODR i mediació en línea: estat de l'art i escenaris d'ús' in P Casanovas and others (eds), *Materials per al Llibre Blanc de la Mediació a Catalunya: (Colecció Justícia i Societat, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009).*
- , 'ODR y mediación en línea: Estado del arte y escenarios de uso' in P Casanovas and others (eds), *Materiales del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Colección Justicia y Sociedad, Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya 2009).
- Poncibò C, 'Modernisation for European Consumer Law' in J Devenney and M Kenny (eds), *European Consumer Protection: Theory and Practice* (Cambridge University Press 2012).
- Protosaltou D, Schultz T and Magnenat-Thalmann N, 'Taking the Fourth Party further? Considering a shared virtual workspace for arbitration' (2006) 15 *Information & Communications Technology Law* 157.
- Rabinovich-Einy O, 'Going Public: Diminishing Privacy in Dispute Resolution in the Internet Age' (2002) 7 *Virginia Journal of Law and Technology*.
- , 'Technologies' Impact: The Quest for a New Paradigm for Accountability in Mediation' (2006) 11 *Harvard Negotiation Law Review* 253.
- , 'Reflecting on ODR: The Israeli Example' (Expanding the Horizons of ODR: Proceedings of the 5th International Workshop on Online Dispute Resolution in conjunction with the 21st International Conference on Legal Knowledge and Information Systems (JURIX 2008) CEUR Workshop Proceedings Series, 13 December 2008) 13.
- Ramsay I, *Consumer Law and Policy. Text and materials on regulating consumer markets* (Hart publications 2007).
- Redorta J, *Cómo analizar los conflictos. La tipología de conflictos como herramienta de mediación* (Paidós edn, 2007).
- Reyes López MJ, *Manual de derecho privado de consumo* (La Ley 2009).
- Ruiz A and Binefa X, 'Modelling facial expressions dynamics with Gaussian Process Regression' in D Riaño, E Onaindia and M Cazorla (eds), *Artificial Intelligence Research and Development. Proceedings of the 15th International Conference of the Catalan Association for Artificial Intelligence* (Frontiers in Artificial Intelligence and Applications, IOS Press 2012).

Rule C, *Online Dispute Resolution for Business: B2B, e-commerce, consumer, employment, insurance, and other commercial conflicts* (Jossey-Bass 2002).

--, 'ODR and Web 2.0' (2006) Mediate.com, November 2011 <<http://www.mediate.com/articles/rule4.cfm>>.

Salmerón L, Cañas JJ and Fajardo I, 'Are expert users always better searchers? Interaction of expertise and semantic grouping in hypertext search tasks' (2005) 24(6) *Behaviour & Information Technology* 471.

Samanes Ara C, Gutiérrez Sanz MR and Monge Gil AL, 'Curso Mediación y Arbitraje: nuevos retos del arbitraje de consumo' (2005) 23 *Cuadernos de Consumo*. Gobierno de Aragón: Dirección General de Consumo.

Sancho Ferrer Á, Mateo Rivero JM and Mesas García A, 'Improvements in Recall and Precision in Wolters Kluwer Spain Legal Search Engine' in P Casanovas and others (eds), *Computable Models of the Law. Languages, Dialogues, Games, Ontologies* (Springer-Verlag 2008).

Scannicchio N, 'La Conciliazione Extragiudiziale Italiana Nell'Esperienza Dell'A.D.R. Europeo' in F Esteban de la Rosa and G Orozco Pardo (eds), *Mediación y arbitraje de consumo. Una perspectiva española, europea y comparada* (Tirant lo Blanch 2010).

Schultz T, 'Online Dispute Resolution: an Overview and Selected Issues' (2002) United Nations Economic Commission for Europe. Forum on Online Dispute Resolution, Geneva, 6-7 June 2002 <<http://ssrn.com/abstract=898821>>, last accessed 24 February 2013.

--, '*Information Technology and Arbitration: a Practitioner's Guide* (Kluwer Law International 2006).

--, 'Internet Disputes, Fairness in Arbitration and Transnationalism: A Reply to Julia Hörnle' (2011) 19(2) *International Journal of Law and Information Technology* 153.

Schultz T and others, 'Electronic communication issues related to Online Dispute Resolution systems' (The Eleventh International World Wide Web Conference- Alternate Track CFP: Web Engineering Honolulu, Hawaii 7-11 May 2002) <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=899108](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899108)>, last accessed 24 February 2013.

Schultz T and others, 'Online Dispute Resolution: The State of the Art and the Issues, E-Com Research Project of the University of Geneva.' (University of Geneva, 2001) <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=899079](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=899079)>, last accessed 24 February 2013.

- Smits J, 'Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights' (2010) 1 *European Review of Private Law* 5.
- Suquet Capdevila J, 'Online Dispute Resolution (ODR): Una visión jurídica del estado del arte tecnológico' (2010) XXII(1) *Revista Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje* 57.
- , 'Proveedores y servicios de Online Dispute Resolution (ODR)' in I Barral, M E Lauroba and I Viola, *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Generalitat de Catalunya 2010).
- Suquet-Capdevila J, 'Exploring Online Consumer Mediation in Catalonia: Principles and Technological Uses' (2012) 20(2) *International Journal of Law and Information Technology* 124.
- , 'Geoconsum: an Initial Assessment of a Mobile App for Online Consumer Mediation in Catalonia' (eChallenge e-2012 Proceedings IIMC International Information Management Corporation, Lisbon 17-19 October 2012) 1.
- , 'Technology and Consumer Empowerment: a Mobile Application for Consumer Mediation in Catalonia (Geoconsum)' (2012) 3(2) *European Journal of Law and Technology* 1 <<http://ejlt.org//article/view/143/240>>, last accessed 24 February 2013.
- Suquet J and others, 'Online Dispute Resolution in 2010: a Cyberspace Odyssey?' (Proceedings of the 6th International Workshop on Online Dispute Resolution (ODR Workshop' 10) Huygens Editorial, Liverpool, UK 15 December 2010) 3.
- Suquet-Capdevila J, 'Exploring Online Consumer Mediation in Catalonia: Principles and Technological Uses' (2012) 20(2) *International Journal of Law and Information Technology* 124.
- , 'Geoconsum: an Initial Assessment of a Mobile App for Online Consumer Mediation in Catalonia' (eChallenge e-2012 Proceedings IIMC International Information Management Corporation, Lisbon 17-19 October 2012) 1.
- , 'Technology and Consumer Empowerment: a Mobile Application for Consumer Mediation in Catalonia (Geoconsum)' (2012) 3(2) *European Journal of Law and Technology* 1 <<http://ejlt.org//article/view/143/240>>, last accessed 24 February 2013.
- Susskind R, 'Legal informatics - a personal appraisal of context and progress' (2010) 1(1) *European Journal of Law and Technology* <http://ejlt.org//article/view/18/7>, last accessed 24 February 2013.

- Tamaro Haya S, 'Artículo 25. Formalización del título ejecutivo' in L García Villaluenga and C Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012*. (Reus 2012).
- Tomillo Urbina JL and Álvarez Rubio J, *Práctica arbitral de consumo: selección de laudos comentados de la Junta Arbitral de Consumo de Cantabria* (Thomson Civitas 2007).
- Twigg-Flesner C, 'Comment: the Future of EU Consumer Law - the End of Harmonisation?' in J Devenney and M Kenny (eds), *European Consumer Protection: Theory and Practice* (Cambridge University Press 2012).
- UNCITRAL, *Online dispute resolution for cross-border electronic commerce transactions: draft procedural rules (A/CN.9/WG.III/WP.119 (11 March 2013))*.
- Vázquez de Castro E, 'Artículo 24. Acciones desarrolladas por medios electrónicos' in L García Villaluenga and C Rogel Vide (eds), *Mediación en asuntos civiles y mercantiles. Comentarios a la Ley 5/2012*. (Reus 2012).
- Vilalta Nicuesa AE, 'El marco jurídico: derecho comparado' in P Casanovas, J Magre and M E Lauroba (eds), *Libro Blanco de la Mediación en Cataluña* (Departament de Justícia. Generalitat de Catalunya edn, Huygens 2011).
- , 'Resolución electrónica de disputas' in M Peguera Poch (coord), *Principios de Derecho de la Sociedad de la Información* (Aranzadi; Thomson Reuters 2010).
- Vincent J and Harris L, 'Effective Use of Mobile Communications in E-Government. How Do We Reach the Tipping Point?' (2008) 11(3) *Information, Communication & Society* 395.
- Viola Demestre I, 'La confidencialidad en el procedimiento de mediación' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la mediación en Cataluña* (Justicia y Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d'estudis jurídics i formació especialitzada 2011).
- , 'Enforceability of Agreements Resulting from Mediation' (Courts and Mediation. *New Paths for Justice: Selected Papers from the Symposium on Courts and Mediation*, GEMME-Catalan White Book on Mediation European Press Academic Publishing, Barcelona 18-19th June 2009, 2011) 61.
- , 'La mediación en asuntos civiles y mercantiles (breves notas a la Ley 5/2012, de 6 de julio)' (2012) 3(2) *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política* 159.
- , 'La confidencialidad en el procedimiento de mediación' in E Lauroba, I Barral and I Viola (eds), *Materiales jurídicos del Libro Blanco de la mediación*

*en Cataluña* (Justicia y Sociedad, Generalitat de Catalunya. Centre d'estudis jurídics i formació especialitzada 2011).

Wahab M, 'The Global Information Society and Online Dispute Resolution: A New Dawn for Dispute Resolution' (2004) 21 *Journal of International Arbitration* 143.

Warren P, Studer R and Davies J, 'Introduction' in J Davies, R Studer and P Warren (eds), *Semantic Web Technologies. Trends and Research in Ontology-based Systems* (John Wiley & Sons, Ltd 2005).

Webley L, 'Qualitative Approaches to Empirical Legal Research' in P Cane and H Kritzer (eds), *The Oxford Handbook of Empirical Legal Research* (Oxford University Press 2012).

Wilson F and Peters R, 'Mapping the Law: Knowledge Support for Business Development Enquiry' (Proceedings of the eChallenge 2004 Conference, Vienna 2004).

Wing L and Rainey D, 'Online Dispute Resolution and the Development of Theory' in M S Abdel Wahab, E Katsh and D Rainey (eds), *Online Dispute Resolution: Theory and Practice. A Treatise on Technology and Dispute Resolution* (Eleven International Publishing 2012).

Winkels R, Boer A and Hupkes E, 'Legal Atlas: Access to Legal Sources through Maps' (Proceedings of the 11th International Conference on Artificial Intelligence and Law (ICAIL-2007) Palo Alto, CA USA 2007) 27.

Winkels R, Hoekstra R and Hupkes E, 'Normative Reasoning with Geo Information' (COM Geo '10: Proceedings of the 1st International Conference and Exhibition on Computing for Geospatial Research & Application, June 2010) 1.

Wooldridge M, 'Foreword' in Ossowski, Sascha (ed), *Agreement Technologies* (Law, Governance and Technology Series, Springer 2013).