

ÍNDICE

	Pág.
NOTA PRELIMINAR	15
I. FUNDAMENTOS DE LA INTERVENCIÓN PENAL	
SOBRE LA CENSURA A LA INTERVENCIÓN PENAL Y LOS PROCEDIMIENTOS EFICACES EN LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS DE LOS CONSUMIDORES, por José Ulises HERNÁNDEZ PLASENCIA.....	
1. Introducción	19
2. El supuesto descarrío de la función del Derecho penal	21
3. El obstáculo de los principios limitadores de la intervención penal.....	25
4. La insuficiente delimitación del bien jurídico a proteger	31
5. El inconveniente de los delitos de peligro abstracto	35
6. Recapitulación	40
7. Puntos de partida de la protección penal de los intereses económicos de los consumidores.....	40
8. Algunas evidencias prácticas de la ineficacia de los procedimientos administrativos sancionadores.....	45
9. Qué puede aportar el Derecho penal.....	49
10. Consideraciones finales	52
LOS CONSUMIDORES COMO PORTADORES DE BIENES JURÍDICOS COLECTIVOS, por Mercedes ALONSO ÁLAMO.....	
1. Introducción	55
2. Protección penal y/o administrativa de los intereses de los consumidores	56
3. Protección penal de los intereses colectivos de los consumidores: perspectiva <i>de lege lata</i>	59
3.1. Protección penal de los intereses económicos de los consumidores	60
3.1.1. Delito de publicidad falsa	60
3.1.2. Delito de detracción del mercado de materias primas o productos de primera necesidad	64
3.1.3. Delito de facturación ilícita	65

	Pág.
3.1.4. Fraude de inversores	65
3.2. Protección penal de la salud pública del colectivo de los consumidores (o de cómo un bien colectivo general deviene difuso).....	67
3.2.1. Sustancias nocivas para la salud o productos químicos que pueden causar estragos	68
3.2.2. Delitos farmacológicos. Medicamentos y productos sanitarios...	68
3.2.3. Delitos alimentarios. Bebidas, comestibles y géneros corrompidos	69
4. Protección penal de los intereses colectivos de los consumidores: perspectiva <i>de lege ferenda</i>	72
4.1. Intereses colectivos de los consumidores	73
4.2. Técnicas de incriminación.....	78
5. Recapitulación.....	79
LEGITIMIDAD DE LOS GENUINOS DELITOS SOCIOECONÓMICOS DE CONSUMIDORES Y TÉCNICAS DE TIPIFICACIÓN PENAL, por Carlos MARTÍNEZ-BUJÁN PÉREZ.....	81
1. La constatación de la existencia de genuinos delitos socioeconómicos de consumidores en el CP español y en la Propuesta de Eurodelitos	81
2. La pertenencia de estos delitos al denominado «moderno» Derecho penal y las peculiaridades que presentan. Las críticas desde la perspectiva del «discurso de resistencia» a la modernización	84
3. Valoración de las críticas	88
3.1. Aspectos que (con matices) se comparten.....	88
3.1.1. La constatación del fenómeno de la expansión y la crítica del Derecho penal simbólico.....	88
3.1.2. Las causas de la expansión	90
3.2. Aspectos que no se comparten: la deslegitimación global de los delitos económicos y, en particular, la de los delitos relativos a los consumidores.....	91
3.2.1. La inadecuada proyección del diagnóstico y de las causas de la expansión	92
3.2.2. La inadecuada comprensión del bien jurídico en los delitos socioeconómicos de consumidores: matizaciones a la teoría personalista del bien jurídico referida a estos delitos	93
4. Los delitos socioeconómicos de consumidores como portadores de un bien jurídico supraindividual (o colectivo) individualizable difuso (o sectorial)	96
5. Legitimidad de los delitos socioeconómicos de consumidores. Especial referencia a la tesis de Tiedemann sobre los bienes jurídicos intermedios.....	100
6. Técnicas de tipificación penal. Especial referencia a los tipos de peligro de «aptitud para la producción de un daño»	108
7. Bibliografía	120

	Pág.
CRITERIOS POLÍTICO-CRIMINALES ORIENTADORES DE LA PROTECCIÓN PENAL DE LOS INTERESES ECONÓMICOS DE LOS CONSUMIDORES, por M. ^a Ángeles CUADRADO RUIZ	125
1. Introducción	125
2. Política europea en la protección de los consumidores	126
2.1. La protección de los intereses económicos de los consumidores	127
2.1.1. Los servicios de la sociedad de la información, el comercio electrónico y los pagos electrónicos y transfronterizos	127
2.1.2. La televisión sin fronteras.....	127
2.1.3. Los contratos de venta a distancia y los contratos negociados fuera de establecimientos mercantiles, la venta de bienes y garantías, y las cláusulas abusivas en los contratos.....	128
2.1.4. Las prácticas comerciales desleales, la publicidad engañosa y la publicidad comparativa	128
2.1.5. La responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos y la indicación de precios	128
2.1.6. El crédito al consumo	129
2.1.7. Los viajes combinados y los inmuebles en régimen de tiempo compartido.....	129
2.1.8. El transporte aéreo	129
2.1.9. Los mercados de la energía.....	130
2.2. La protección de los intereses jurídicos de los consumidores	130
2.2.1. Procedimientos de resolución alternativa de litigios y resolución de litigios en línea	130
2.2.2. La Red Judicial Europea en materia civil y mercantil y la obligación de cooperación de las autoridades nacionales.....	131
3. ¿Políticas de consumo en España?	131
4. Protección administrativa	132
5. ¿Protege el Derecho penal los intereses económicos de los consumidores?.....	133
6. La Política criminal y los criterios orientadores en la protección de los intereses económicos de los consumidores	136
6.1. La Política criminal.....	136
6.2. Redefinir los criterios de racionalidad penal en la protección de los intereses económicos de los consumidores	137
6.2.1. Principio de justicia e indicadores de proporcionalidad	139
6.2.2. Principio de utilidad y los indicadores de efectividad.....	139
7. Papel del Parlamento Europeo	141
8. Protección penal efectiva	142
9. Conclusiones	145
10. Bibliografía	146

II. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ANTE LOS FRAUDES

CONCEPTO DE CONSUMIDOR Y POSIBLES DESEQUILIBRIOS EN SU PROTECCIÓN JURÍDICA, por Miguel RUIZ MUÑOZ	151
1. Introducción: consumidor civil y consumidor penal. Una cierta desarmonía conceptual.....	151

	Pág.
2. La persona jurídica como consumidor: ¿profesionalidad y ánimo de lucro?....	154
3. Actos fuera de mercado: elemento clave en la conceptualización jurídica del consumidor.....	155
4. Caso problemático I: operaciones con finalidad de ahorro o de inversión doméstica.....	158
5. Caso problemático II: los contratos con doble finalidad.....	160
6. Ampliación del concepto o extensión de los efectos jurídicos: los microempresarios, los minoristas y el empresario individual.....	164
LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL DERECHO PRIVADO: BALANCE DE LO CONSEGUIDO Y NUEVOS DESAFÍOS, por José Manuel SERRANO CAÑAS.....	167
1. Introducción.....	167
2. Balance de situación: luces y sombras.....	168
2.1. Luces.....	169
2.2. La protección del consumidor en el contrato.....	171
2.2.1. Fase precontractual.....	172
2.2.2. Fase contractual.....	175
2.2.3. Fase postcontractual.....	178
2.3. Sombras.....	179
2.3.1. La devenida complejidad del Derecho de consumidores y usuarios.....	179
2.3.2. La falta de construcción de un verdadero Código de consumidores.....	180
2.3.3. Las lagunas de la tutela colectiva de los intereses de los consumidores a través de las acciones colectivas.....	180
3. Desafíos.....	181
3.1. Extensión del principio de la integración publicitaria del contrato más allá de las estrictas relaciones de consumo.....	181
3.2. Conexiones normativas entre el Derecho de contratos y el Derecho de la competencia desleal.....	183
3.3. Los nuevos modelos de negocio, la economía colaborativa y la protección de los consumidores.....	184
4. Conclusiones.....	191
5. Bibliografía.....	192
LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA UNIÓN EUROPEA, EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS DE FUTURO, por Manuel PORTERO HENARES.....	195
1. Globalización y protección del consumidor.....	195
2. El embrión de la conciencia jurídica occidental sobre la protección del consumidor.....	198
3. La consolidación del «consumerismo» en el Tratado de Maastricht.....	200
4. La frustración de la Constitución Europea y de la Carta de Derechos Fundamentales.....	203
5. Eclécticismo en la protección del consumidor en el siglo XXI.....	207
6. La Comisión «Juncker» y el «Nuevo marco para los consumidores».....	211
7. La optimización de los recursos sancionadores en materia de consumo y los retos futuros en la Unión Europea.....	213
8. Bibliografía.....	215

	Pág.
DE LA BUENA FE (COMO DEBER <i>DE MÍNIMOS</i>) AL DEBER DE LEALTAD (COMO DEBER <i>DE MÁXIMOS</i>): LA POSICIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE INVERSIÓN TRAS MiFID II, por Irene NAVARRO FRÍAS	219
1. Introducción	219
2. La protección a través de la información: la concreción de la buena fe en la imposición al prestador de servicios de inversión de especiales obligaciones de informar	220
3. Del <i>paradigma de la información</i> al <i>paradigma conductual</i>	222
4. La especial posición del prestador de servicios de inversión: el deber de lealtad como <i>deber de máximos</i>	224
4.1. Prestadores de servicios de inversión y deber de lealtad.....	224
4.2. La última reforma de la Ley del Mercado de Valores: de «cuidar los intereses del cliente como si fueran propios» a «actuar en el mejor interés del cliente».....	226
4.3. ¿Todos los prestadores de servicios de inversión son fiduciarios?.....	231
5. Algunas consecuencias derivadas del cambio de paradigma.....	235
UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD PARA EL CONSUMIDOR INSOLVENTE. La aplicación judicial del beneficio de exoneración de pasivo insatisfecho, por Lourdes V. MELERO BOSCH	243
1. Planteamiento.....	243
2. El consumidor de buena fe como deudor merecedor del beneficio	244
2.1. Consideraciones generales.....	244
2.2. Requisitos comunes que han de concurrir en el deudor. En particular, el intento de un acuerdo extrajudicial de pagos.....	246
2.3. Primera modalidad: núm. 4 del apartado 3 del art. 178 bis LC	249
2.4. Segunda modalidad: la opción del plan de pagos (núm. 5 del apdo. 3 del art. 178 bis LC).....	251
2.5. Tercera (y última) posibilidad de concesión del beneficio.....	254
3. La revocación del beneficio si el deudor deja de ser merecedor del mismo	256
4. Cuestiones procesales.....	257
4.1. Momento procesal en el que presentar la solicitud	257
4.2. Oposición a la solicitud	258
4.3. Presentación del plan de pagos	259
5. Conclusiones.....	259
PROBLEMAS (REALES Y FICTICIOS) Y NECESIDAD DE PROTECCIÓN PENAL DE LA COMPETENCIA EN ESPAÑA: EL CASO DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS, por Íñigo ORTIZ DE URBINA GIMENO.....	263
1. La competencia como bien jurídico penal y la fijación de precios.....	263
2. La persecución de la fijación de precios en Estados Unidos: la Sherman Act y su progenie.....	266
3. El argumento preventivo: ¿es necesario imponer penas de prisión a las personas físicas que intervienen en las conductas de fijación de precios?	268
4. La situación en España: la fijación de precios como ilícito penal sancionado administrativamente	270
4.1. La preeminencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.....	270

	Pág.
4.2. Régimen de la persecución penal de la fijación de precios en España	272
4.2.1. Alteración de precios en concursos y subastas públicas	274
4.2.2. Detracción de materias primas y productos de primera necesidad	278
4.2.3. Alteración o manipulación de precios.....	279
5. Bibliografía	283
 EL DELITO DE FRAUDE DE INVERSORES, por Judit GARCÍA SANZ	 287
1. Introducción	287
2. El delito de fraude de inversores	294
3. Conclusiones y propuestas de <i>lege ferenda</i>	310
 III. ASPECTOS PROBLEMÁTICOS DE LA PROTECCIÓN PENAL DE LOS CONSUMIDORES 	
FRAUDES A LOS CONSUMIDORES Y DERECHO PENAL: ¿PROBLEMAS Y SOLUCIONES?, por Alfonso GALÁN MUÑOZ	315
1. Consumidores, riesgos y Derecho penal	315
2. Grandes fraudes y grandes defraudadores. Una primera aproximación al problema.....	316
3. Principales instrumentos penales frente a los grandes fraudes a los consumidores	318
4. Fraudes sin engaño dirigido a consumidores e instrumentos penales de protección de valores sistémicos	323
5. Unión Europea y la nueva regulación penal de las manipulaciones de precios. ¿Un nuevo y adecuado instrumento protector de los consumidores ante grandes fraudes?	326
6. Los problemas de las soluciones penales para la protección de los consumidores	330
 LOS GENUINOS DELITOS SOCIOECONÓMICOS CONTRA LOS CONSUMIDORES: BALANCE DE LAS CUESTIONES PROBLEMÁTICAS SURGIDAS EN SU APLICACIÓN JUDICIAL, por Luz María PUENTE ABA	 333
1. Introducción	333
2. El delito de publicidad falsa (art. 282 CP)	334
2.1. El concepto de ofertas o publicidad, y el sujeto que las realiza	335
2.2. La falsedad publicitaria	337
2.3. El elemento de aptitud: la posibilidad de causar un perjuicio grave y manifiesto a los consumidores.....	344
2.4. La situación concursal entre el delito publicitario y el delito de estafa...	349
3. El delito de falsedad en la inversión en los mercados de valores (art. 282 bis CP)	355
4. El delito de facturación ilícita (art. 283 CP)	360
4.1. La configuración típica del delito de facturación ilícita	360
4.2. La situación concursal entre el delito de facturación ilícita y el delito de estafa.....	364
5. Bibliografía	365

	Pág.
ALCANCE Y LÍMITES DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR A TRAVÉS DEL TIPO DE ESTAFA, por Andreas HOYER.....	367
1. Estado tradicional de la cuestión, hacia una interpretación victimodogmática del tipo de estafa	367
2. Influencia de la directiva sobre prácticas comerciales desleales en la interpretación del tipo de estafa	368
2.1. Finalidad y ámbito de validez de esta directiva	368
2.2. La comprensión del BGH sobre la restricción conforme a la directiva del tipo de estafa	369
3. Interpretación del contenido de la Directiva-PCD.....	370
3.1. Engaño expreso y concluyente.....	370
3.2. Relevancia del error para la disposición patrimonial afectada.....	371
3.3. El concepto de consumidor medio	371
4. Resumen	372
 APROXIMACIÓN A LA RESPONSABILIDAD PENAL DE LOS INTERMEDIARIOS DE INTERNET EN LA COMISIÓN DELITOS DE CONTENIDO. ESPECIAL CONSIDERACIÓN DEL DELITO DE PUBLICIDAD FALSA DEL ART. 282 CP, por Fátima FLORES MENDOZA.....	 375
1. Delimitación de los delitos de contenido	376
2. Alcance del régimen especial de responsabilidad penal del art. 30 CP	379
3. Responsabilidad penal de los intermediarios de Internet.....	386
 DETERMINACIÓN, PROPORCIONALIDAD Y PENA: SOBRE EL EJEMPLO DEL DELITO DE PUBLICIDAD ENGAÑOSA (ART. 282 CP), por Fernando Guanarteme SÁNCHEZ LÁZARO.....	 395