

Tribunal apreció en el asunto *GAT*, es de prever que será controvertida (por cierto, desde la perspectiva de la coordinación entre ambas sentencias llama la atención que en el ap. 47 de la sentencia *Solvay* el Tribunal se refiera a la “la regla de competencia proclamada en el art. 25 del Reglamento nº 44/2001” cuando en el ap. 19 de la sentencia *GAT* afirmó que tal norma “no atribuye competencias, sino que se limita a exigir al juez que conoce del asunto que compruebe su competencia y que se declare de oficio incompetente en determinados casos”).

Por último, en la medida en que *Solvay* viene a afirmar que *GAT* sigue siendo aplicable, si bien dejando al margen del alcance de la competencia exclusiva del art. 22.4º ciertas situaciones muy importantes en la práctica como la del litigio principal en *Solvay*, cabe destacar que permanecen abiertas las múltiples dudas en relación con la aplicación a litigios relativos a la tutela transfronteriza de derechos de propiedad industrial del criterio establecido por el TJ en *GAT* (según el cual la competencia exclusiva “se aplica a todos los litigios relativos a la inscripción o validez de una patente, tanto si la cuestión se suscita por vía de acción como por vía de excepción”). Precisamente, algunas de esas dudas, que permanecen sin respuesta, se corresponden con las planteadas por el tribunal remitente para el caso de que el TJ hubiera apreciado que el art. 22.4º era aplicable a una situación como la del asunto principal. Entre ellas se incluía concretar si una vez que en el procedimiento se ha invocado un motivo de oposición que tiene por objeto la nulidad de la patente extranjera, el tribunal competente para conocer de la infracción conserva su competencia respecto a la acción por violación “con la consecuencia de que (si el demandante lo desea) el procedimiento por violación debe suspenderse hasta que el juez competente en virtud del art. 22, nº 4, del Reglamento (nº 44/2001) se pronuncie sobre la validez de la parte nacional de la patente invocada, o de que la pretensión debe ser desestimada porque no es posible pronunciarse sobre un motivo de oposición esencial para la resolución”.

4. De cara al futuro, cabe apuntar que el Reglamento 1257/2012, de 17 diciembre 2012, por el que se establece una cooperación reforzada en el ámbito de la creación de una protección unitaria mediante patente, unido al Acuerdo internacional sobre un Tribunal Unificado de Patentes, están llamados a tener una gran repercusión en este ámbito, limitando en los litigios sobre patentes europeas la fragmentación derivada de la competencia exclusiva establecida en el art. 22.4 Reglamento 44/2001. En concreto, el nuevo sistema –en el que no participa España– incluye la previsión de que el nuevo Tribunal Unificado de Patentes sea competente en materia de nulidad e infracción de patentes europeas.

Pedro Alberto de MIGUEL ASENSIO

Catedrático de Derecho internacional privado
Universidad Complutense de Madrid

POSIBILIDAD DE QUE UN CONSUMIDOR DEMANDE A UN COMERCIANTE EXTRANJERO ANTE LOS TRIBUNALES NACIONALES EN CONTRATOS CELEBRADOS A DISTANCIA

2012/30.– Tribunal de Justicia, Sala Cuarta, Sentencia de 6 de septiembre de 2012. Asunto C–190/11. Ponente: C. Toader.

Competencia judicial en materia civil y mercantil.– Competencia en materia de contratos celebrados por consumidores.– Reglamento (CE) nº 44/2001.– Art. 15, ap. 1, letra c). – Eventual limitación de dicha competencia a los contratos celebrados a distancia.

Normas aplicadas: Art. 15, ap. 1, letra c) Reglamento (CE) nº 44/2001 del Consejo, de 22 diciembre 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil.

[...] 41. La nueva redacción, menos restrictiva, del antiguo art. 13 del Convenio de Bruselas también se refleja, como destacó el Abogado General en el punto 17 de sus conclusiones, en los acuerdos paralelos al Convenio de Bruselas y al Reglamento Bruselas I, en particular, en el art. 15, ap. 1, letra c), del Convenio anejo a la Decisión 2007/712/CE del Consejo, de 15 octubre 2007, relativa a la firma, en nombre de la Comunidad, del Convenio relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil (DO L 339, p. 1).

42. En segundo lugar, por lo que respecta a la interpretación teleológica del art. 15, ap. 1, letra c), del Reglamento Bruselas I, ha de observarse que el hecho de añadir un requisito vinculado a la celebración de los contratos de consumo a distancia sería contrario al objetivo que se persigue con la citada disposición, en su nueva redacción menos restrictiva, en particular el de la protección de los consumidores, partes débiles del contrato.

43. En tercer lugar, por lo que respecta a la sentencia Pammer y Hotel Alpenhof, el TJ declaró en sus aps. 86 y 87, en respuesta a los argumentos formulados por la sociedad Hotel Alpenhof de que el art. 15, ap. 1, letra c), RB I no era aplicable porque el contrato con el consumidor se había celebrado in situ y no a distancia, que tales argumentos eran inoperantes en dicho asunto, habida cuenta de que, de hecho, la reserva de la habitación de hotel y la confirmación de ésta se habían producido a distancia.

44. En efecto, como ha puesto de relieve el Abogado General en los aps. 36 a 38 de sus conclusiones en el presente asunto, procede señalar que los aps. 86 y 87 de la citada sentencia únicamente constituyen una respuesta aportada por el TJ a los argumentos formulados por la sociedad Hotel Alpenhof, sin que su alcance pueda extenderse más allá de las circunstancias específicas de dicho asunto. Lo cierto es que el requisito esencial al que se supedita la aplicación del art. 15, ap. 1, letra c), del Reglamento Bruselas I es el relacionado con la actividad comercial o profesional dirigida al Estado del domicilio del consumidor. A este respecto, tanto la toma de contacto a distancia, como ocurre con la controvertida en el litigio principal, como la reserva de un bien o de un servicio a distancia o, a fortiori, la celebración de un contrato de consumo a distancia son indicios de vinculación del contrato a tal actividad.

[MÜHLEITNER Y LOS SRES. YUSUFI]

NOTA

1. En la STJ 6 septiembre 2012, as. C-190/11: *Mühlleitner* se planteaba una cuestión que ya había sido objeto de interpretación en la Sentencia de 7 diciembre 2010, asuntos acumulados C-585/08 y C-144/09: *Pammer y Hotel Alpenhof*, relacionada con la aplicación del art. 15.1º.c) RB I y, en particular, con los indicios relevantes para determinar si un vendedor ha dirigido su actividad al Estado miembro en el que se encuentra domiciliado el consumidor ya que, en ese caso, podrá invocar el foro especial en materia de consumo previsto en el Reglamento y demandar al vendedor profesional ante los tribunales de su domicilio. Además, en esta ocasión se trataba de dilucidar si el hecho de que el contrato se hubiese celebrado a distancia constituye una *conditio sine qua non* para que el consumidor pueda activar la protección que le otorga el mencionado artículo.

2. Los hechos que dieron lugar al procedimiento principal pueden resumirse del siguiente modo: La Sra. Daniela Mühlleitner, demandante en el proceso principal y domiciliada en Schwanenstadt (Austria), buscó en *Internet* un vehículo para su uso personal. A través del sitio *web* alemán www.mobile.de encontró un enlace a la página *web* de Ahmad Yusufi y Wadat Yusufi, demandados en el proceso principal, que eran titulares de un negocio de venta de automóviles al por menor a través de la sociedad Autohaus Yusufi GbR, domiciliada en Hamburgo (Alemania), en la que se ofertaba un vehículo que era de su interés. La Sra. Mühlleitner contactó con el vendedor en el teléfono disponible en su *web* con el fin de informarse sobre el mencionado vehículo y concluir la operación. Sin embargo, como ya no estaba disponible, la empresa vendedora le ofreció otro vehículo y le remitió por correo electrónico la información y las características del mismo.

En septiembre de 2009, la Sra. Mühlleitner se desplazó hasta Hamburgo donde se firmó el contrato de compraventa en el domicilio del vendedor, adquiriendo el vehículo en cuestión y procediendo al pago del mismo. Posteriormente, tras su regreso a Austria, descubrió varios defectos en el vehículo por lo que decidió reclamar a la empresa vendedora y, al no obtener una respuesta satisfactoria de la misma, demandarla ante los tribunales de su domicilio (el *Landgericht Wels*) con el fin de solicitar la resolución del contrato de compraventa.

En primera instancia los demandados cuestionaron la condición de “consumidor” de la Sra. Mühlleitner, tal y como exige el art. 15 RB I, e impugnaron la competencia judicial internacional de los tribunales austriacos alegando que los tribunales competentes eran los alemanes. El *Landgericht Wels*, por su parte, desestimó la demanda y se declaró incompetente por considerar que no se había acreditado que la parte demandada hubiese dirigido sus actividades al territorio austriaco tal y como exige el art. 15.1º.c) RB I.

Con ese mismo argumento, en el procedimiento de apelación el *Oberlandesgericht Linz* volvió a desestimar la demanda aduciendo que la página *web* de la empresa Autohaus Yusufi reunía las condiciones de una *web* pasiva y, por lo tanto, no se podía acreditar que hubiese dirigido sus actividades al Estado del domicilio del consumidor.

Finalmente, en el recurso de casación interpuesto por la Sra. Mühlleitner, el *Oberster Gerichtshof* consideró que los demandados sí habían dirigido su actividad al Estado del domicilio del consumidor en el sentido del art. 15 RB I y que, además, se habían producido contactos a distancia –telefónicos y a través del correo electrónico– entre las partes contratantes.

Como en ese momento el TJ todavía no se había pronunciado en los asuntos *Pammer y Alpenhof* el *Oberster Gerichtshof* decidió suspender el procedimiento y esperar esta decisión antes de dictar sentencia. Y así, en diciembre de 2010, una vez conocida la Sentencia del TJ, el *Oberster Gerichtshof* se ratificaba en planteamiento inicial afirmando que los demandados habían dirigido su actividad al Estado del domicilio del consumidor. No obstante, el Tribunal austriaco consideró que, a la luz de los párrafos 86 y 87 de la mencionada Sentencia *Pammer y Alpenhof*, se podía plantear alguna duda al respecto y decidió suspender el procedimiento y preguntar al TJ si la aplicación del art. 15.1º.c) RB I impone como condición para su aplicación que el contrato entre el consumidor y el profesional haya sido celebrado a distancia.

3. En relación a los requisitos exigidos por el art. 15.1º.c) RB I para su aplicación hay que mencionar que éste ha asumido la tarea de protección del consumidor como parte más débil en la relación contractual que con anterioridad venía atribuida al art. 13 del Convenio de Bruselas (STJ 20 enero 2005, as. C-464/01: *Gruber*; y as. C-27/02: *Engler*; y 7 diciembre 2010, as. C-585/08 y C-144/09: *Pammer y Hotel Alpenhof*). Sin embargo, contrariamente a lo que establecía el Convenio, el Reglamento ya no exige como condición para su aplicación que el consumidor realice los actos necesarios para la celebración del contrato en el Estado en el que se encuentre domiciliado, siendo irrelevante el lugar en el que se haya concluido el contrato, ya sea el de su domicilio, el del domicilio del vendedor, o cualquier otro en el que se encuentre de forma ocasional.

Sin lugar a dudas, el desarrollo de las nuevas técnicas de comercialización a distancia, en especial *Internet*, que permiten al consumidor llevar a cabo los actos necesarios para la conclusión de un contrato desde cualquier Estado justifica los cambios introducidos en el RB I respecto al Convenio. De este modo, el elemento esencial para identificar el criterio de conexión para la aplicación del foro especial en materia de consumo ya no será el lugar en el que actúa el consumidor ni tampoco el lugar de celebración del contrato. Este vínculo vendrá determinado por el vendedor profesional cuando dirija sus actividades hacia el Estado del domicilio del consumidor.

Por otra parte, entre las condiciones que se exigen para poder invocar la regla especial de competencia que establece el art. 15.1º.c) RB I no se incluye que el contrato se haya celebrado a distancia, pues los únicos criterios de conexión previstos para su aplicación son los siguientes: a) que el vendedor haya dirigido su actividad al Estado miembro del domicilio del consumidor –concepto que ha quedado debidamente delimitado a partir de la Sentencia *Pammer y Alpenhof* en la que se identificaban claramente los indicios considerados relevantes para justificar que el vendedor ha tenido intención de dirigir su

actividad a otros Estados— (en este sentido *vid.* A. Espiniella Menéndez, “Competencia judicial internacional en materia de contratos celebrados con consumidores internautas (Comentario a la STJ de 7 diciembre 2010, As. C–585/08 y C–144/09)”, *Noticias UE*, nº 329, junio 2012, pp. 181–188); y b) que el contrato estuviere comprendido en el marco de las actividades propias del vendedor.

Así pues, de la redacción del mencionado artículo no cabe inferir que su aplicación se limite únicamente a los contratos celebrados a distancia, a pesar de que establece como *conditio sine qua non* que el vendedor profesional dirija por cualquier medio, incluyendo, por tanto, el uso de *Internet*, sus actividades al Estado miembro del domicilio del consumidor. En mi opinión, ello no ha de ser óbice para que pueda invocarse este foro especial en materia de consumo respecto a los contratos que se celebren en un Estado miembro que no sea el del consumidor o a los contratos celebrados de forma presencial ya que, de otro modo, un gran número de contratos de consumo podrían quedar excluidos de su ámbito de aplicación. Téngase en cuenta que la publicidad de productos y servicios a través de *Internet* o del correo electrónico está cada vez más generalizada pero no así la recepción de estos productos o servicios y, por ende, la conclusión y ejecución de los contratos que en numerosas ocasiones no son susceptibles de ser ejecutados íntegramente *on line* (lo que se denomina comercio electrónico directo) sino que requieren la presencia física del consumidor (por ejemplo, determinados servicios sanitarios o turísticos que exigen el desplazamiento del consumidor al Estado del prestador del servicio).

Sin lugar a dudas, esta nueva redacción del art. 15.1º.c) RB I resulta menos restrictiva que la del anterior art. 13.3º.b) del Convenio. Además, otorga una mayor protección a los consumidores en consonancia con el desarrollo de las nuevas técnicas de comercialización y del comercio electrónico (STJ 14 mayo 2009, as. C–180/06, *Ilseinger*); y favorece la aplicación del foro especial en materia de contratos de consumo con independencia de cual sea la forma de celebración del contrato —entre presentes o a distancia—.

Consecuentemente, siempre que se cumplan los requisitos del art. 15 RB I, el consumidor podrá invocar su protección y demandar al vendedor ante los tribunales de su domicilio no solo cuando el litigio derive de un contrato de consumo celebrado a través de *internet* sino, igualmente, cuando se trate de contratos celebrados entre presentes, con independencia de que los actos preparatorios se hayan realizado o no por medios electrónicos, y de que el consumidor permanezca en el Estado de su domicilio o se desplace al domicilio del vendedor para celebrar el contrato.

4. Por otra parte, del estudio y análisis de la jurisprudencia del TJ tampoco se puede concluir que el art. 15.1º c) RB I sea de aplicación únicamente a los contratos de consumo celebrados a distancia, pues en la mencionada Sentencia *Pammer y Alpenhof* no se establece la imposición de ninguna obligación formal respecto a la celebración del contrato, entre presentes o a distancia, con el fin de invocar este foro especial en materia de consumo. A pesar de que en esta Sentencia el TJ no se manifestaba expresamente respecto a la forma en que ha de llevarse a cabo el contrato —*in situ* o a distancia—, considero que el Tribunal plantea una interpretación abierta del mencionado precepto al estimar que en ese caso concreto habían concurrido las dos circunstancias —una parte de la relación contractual se había llevado a cabo a distancia (a través de *Internet*) y otra de forma presencial— y no exigir ningún requisito concreto respecto a la formalización del contrato.

En el mismo sentido, en el Asunto *Ilseinger* el TJ tampoco imponía ninguna condición respecto a la celebración del contrato manifestando que el foro especial del art. 15 RB I era de aplicación “... a los contratos en general, independientemente de cuál sea su objeto, cuando se trate de contratos celebrados por un consumidor con un vendedor profesional en el marco de las actividades comerciales o profesionales de éste...”, favoreciendo una interpretación amplia de este precepto al considerar que el término “en todos los demás casos” al que se refiere el art. 15.1º.c) RB I ha de ser interpretado en el sentido de incluir a todos los contratos de consumo sin excepción .

5. Pues bien, en la Sentencia *Mühlleitner* el TJ vuelve a abordar la interpretación del art. 15.1º.c) RB I y se reafirma en las conclusiones ya avanzadas en los asuntos *Pammer y Alpenhof* al considerar que la regla de competencia especial en materia de contratos celebrados por un consumidor será de aplicación con independencia de la forma que revista la conclusión del contrato, ya sea entre presentes o a distan-

cia. Solución correcta y hasta cierto punto previsible, pues tanto de los antecedentes y del tenor literal del mencionado precepto cuanto de la doctrina del TJ no cabe inferir otra interpretación. Sin embargo, no es menos cierto que esta interpretación puede tener relevancia en el desarrollo de la actividad económica y, de manera especial, en la actividad de los vendedores profesionales ya que, a partir de esta Sentencia, han de tener en cuenta: a) que los tribunales del domicilio del consumidor serán competentes cuando los vendedores hayan dirigido su actividad por cualquier medio, incluyendo los electrónicos, al Estado del domicilio del consumidor tal y como establece la doctrina del TJ en los asuntos *Pammer y Alpenhof*; y b) que el resto de circunstancias, entre ellas, la forma de celebración del contrato –entre presentes o a distancia–; o el lugar de celebración del mismo –ya sea en el Estado del domicilio del consumidor o en el del vendedor– resultarán irrelevantes a efectos de la aplicación del foro especial de competencia previsto en el art. 15.1º.c) RB I.

A partir de ahí, las consecuencias que se deriven de esta Sentencia pueden ir más allá y extender el régimen de protección del consumidor establecido en el RB I hasta límites insospechados, si consideramos que todas aquellas transacciones que se celebren entre un vendedor profesional y un consumidor en el Estado miembro del domicilio del primero, donde el consumidor se encuentra de paso o simplemente de vacaciones, podrían quedar sometidas a la competencia de los tribunales del domicilio del consumidor siempre que los primeros hubiesen llevado a cabo la publicidad de sus productos a través de *Internet* cumpliendo alguno o varios de los indicios a los que se refiere la Sentencia *Pammer y Alpenhof*, en definitiva, que hubiesen dirigido su actividad hacia el Estado del domicilio del consumidor.

6. Al socaire de esta reflexión pueden plantearse las siguientes cuestiones (*Vid.*, en este sentido, R. Lafuente Sánchez, “Aplicación del régimen especial de protección previsto en el Reglamento Bruselas I a los contratos celebrados entre presentes”, *La Ley*, nº 7966, 16 noviembre 2012, pp. 10–13):

i) En primer lugar, cuando resulte acreditado que el vendedor profesional ha dirigido su actividad al Estado del domicilio del consumidor ¿será necesario que el consumidor haya visitado la publicidad del vendedor (*v.gr.*, a través de su *web*) desde su propio domicilio o que haya efectuado algún tipo de actuación o negociación previa a la conclusión del contrato a través de *Internet*?. En mi opinión, la respuesta a esta cuestión ha de ser negativa pues la única condición que establece el art. 15.1º.c), y que ha quedado bien delimitada en la Sentencia *Pammer y Alpenhof*, es la acreditación de la publicidad dirigida al Estado del domicilio del consumidor. De esta manera será indiferente que el consumidor haya consultado la *web* del vendedor o no, haya contactado con él desde su propio Estado o desde cualquier otro, o haya tenido negociaciones previas a través de la red.

ii) Por otra parte, ¿sería de aplicación el foro especial de competencia judicial internacional aún cuando el consumidor hubiese tenido conocimiento del producto o servicio ofertado en el propio establecimiento del vendedor profesional, es decir, en el Estado del domicilio del vendedor y no a través de *Internet*?. En este caso considero que la respuesta ha de ser positiva siempre y cuando el empresario haya cumplido el requisito de dirigir sus actividades hacia el Estado del domicilio del consumidor y no haya actuado a través de las denominadas *web* pasivas. Por esta razón los empresarios han de ser conscientes de las consecuencias de esta Sentencia cuando publiquen sus productos o servicios a través de *Internet* y dirijan su actividad al Estado del domicilio del consumidor, con independencia de que la venta de estos productos o servicios se lleve a cabo únicamente de forma presencial y en sus propios establecimientos, adoptando las medidas necesarias al objeto de protegerse frente a los riesgos que implica ser demandado ante los tribunales del Estado del consumidor en estas circunstancias o, simplemente, limitando este riesgo. Medidas que pueden consistir en la inclusión de *disclaimers* o cláusulas de exención de responsabilidad en la *web* en los que advierta sobre la limitación de su actividad respecto a determinados Estados o mercados; en la incorporación de sistemas técnicos que restrinjan o impidan el acceso a los contenidos de una página *web* a los consumidores de un determinado Estado o área geográfica; en la instalación en la *web* de un sistema de identificación, limitado a los mercados con los que el prestador de servicios desea trabajar, que obligue al consumidor a seleccionar el Estado desde el que accede a la misma o en el que han de prestarse los servicios asegurándose, de este modo, que está

contratando con los consumidores que desea contratar; o en la inclusión de un acuerdo atributivo de competencia a los tribunales del domicilio del prestador de servicios siempre que sea posible en virtud de lo dispuesto en el art. 17 RB I (vid. E. Álvarez Armas y M. Dechamps, “La direction de l’activité comme critère déterminant la protection juridictionnelle des consommateurs dans l’e-commerce européen (commentaire de l’arrêt *Pammer-HôtelAlpenhof*)”, *Rev. dr. des technologies de l’information*, nº 44, 2011, p. 95; y Y. Farah, “Allocation of Jurisdiction and the Internet in EU Law”, *ELR*, vol. 33, Nº 2, April 2008, pp. 266).

iii) Finalmente ¿se podría considerar que algunos supuestos en los que el contrato se hubiese concluido de forma presencial en el domicilio del vendedor no se encuentran comprendidos en el marco de las actividades propias del vendedor tal y como exige el último párrafo del art. 15.1º.c) RB I?

Evidentemente, la publicidad que dirija el vendedor al Estado del domicilio del consumidor –a través de su *web* o mediante comunicaciones comerciales– estará relacionada con los productos o servicios que constituyen el objeto propio de su actividad. Sin embargo, puede que no siempre sea así, por ejemplo, en aquellos supuestos en los que la actividad profesional se encuentre diversificada y en esos casos no coincida la publicidad de ciertos productos o servicios dirigida al Estado del domicilio del consumidor con aquellos que oferta y ofrece el vendedor en su establecimiento. En estos casos estimo que podría cuestionarse el cumplimiento de ese requisito y, consecuentemente, la aplicación del foro especial de competencia.

Si, por el contrario, consideramos la actividad propia del vendedor como un todo, con independencia del tipo de productos o servicios que publicite en su *web* y que vende en sus establecimientos, el cumplimiento de este requisito no ofrecería ninguna duda, en definitiva, el empresario estaría contratando con el consumidor en el marco de sus actividades propias. Tal vez en un futuro no muy lejano el TJ pueda pronunciarse sobre la interpretación de este párrafo contribuyendo así a aportar mayor claridad sobre esta cuestión.

Raúl LAFUENTE SÁNCHEZ

Profesor titular acreditado de Derecho internacional privado
Universidad de Alicante

ACUERDO ATRIBUTIVO DE COMPETENCIA

2012/31.– Audiencia Provincial de Madrid, Sección Novena, Auto nº 265/2012, de 11 octubre 2012. Ponente: Ilmo. Sr. D. José María Pereda Laredo. JUR\2012\363185.

Competencia judicial internacional.– Competencia de los tribunales españoles: Improcedencia.– Acuerdo de sumisión expresa celebrado verbalmente y confirmado por escrito por las partes.– Sumisión a los Tribunales de Alemania.

Normas aplicadas: Art. 23.1º Reglamento (CE) nº 44/2001 del Consejo, de 22 diciembre 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil

[...] *La postura de la actora apelante es negar la eficacia del acuerdo de atribución de competencia a los Tribunales de Frankfurt (Alemania) por no existir confirmación escrita de la demandada. Las partes concertaron acuerdo verbal en la reunión de 27 agosto 2010, que fue recogido por escrito en carta de la actora a la demandada de fecha 30 agosto 2010; en esta carta se indica expresamente el acuerdo de atribución de competencia a los Tribunales de Frankfurt Main como parte del contenido contractual. El contenido del acuerdo expresado en esa carta es ratificado por el representante de la demandada Sr. Romeo en conversación telefónica el 9 septiembre 2010. Y esa conversación es confir-*