

1ePoint Project Erasmus+ Program

**E-COMMERCE
MARCO LEGISLATIVO**



Calliope Kalambuka
Prof. Derecho Mercantil
Departamento de Contabilidad y Finanzas
Universidad Internacional de Grecia

Servicios de Internet para sus usuarios

- ◉ Información (véanse los motores de búsqueda, como Google)
- ◉ Comunicación (correo electrónico, foros, redes sociales)
- ◉ Compras (tienda electrónica)
- ◉ Servicios (por ejemplo, banca electrónica)
- ◉ Distribución de creaciones personales (por ejemplo, artículos, música, fotos)
- ◉ Presencia global y selección
- ◉ Mejora de la igualdad de condiciones
- ◉ Reducción de los costes empresariales → disminución de los precios

Derecho - Obligación

- Un derecho es la facultad conferida por la ley a una persona física o jurídica para satisfacer sus intereses legítimos.
- Al derecho de una persona corresponde una obligación, es decir, el compromiso de otra u otras personas de observar una determinada conducta para satisfacer el derecho correspondiente. El contenido de la obligación es el compromiso, la omisión o la tolerancia de uno o varios actos.
- — los derechos del consumidor (en particular, el derecho de desistimiento/devolución)
- — las obligaciones del comerciante/proveedor (en particular, la obligación de información)
- — derechos de la competencia

E-shop/ Tienda electrónica

- Punto de promoción y venta de bienes/servicios a través de Internet
- Comercialización por Internet de una empresa

- Funciones básicas
- Registro en la tienda en línea
- Navegación del usuario
- Catálogo en línea
- Cesta de la compra
- Pago en línea
- Comunicación con el cliente
- Realizar un pedido
- Certificación
- Contacto

Ventajas de la tienda electrónica

Ventajas para la empresa:

- Reducción de los costes de promoción de ventas

- Aumento de la demanda

- Presencia global de bajo coste en el mercado en línea

Ventajas para el consumidor:

- Precios más bajos

- Mayor oferta

- Evitar el desplazamiento a la tienda física

Derecho del comercio electrónico

- ◉ Legislación de la UE -> Directiva 2000/31
- ◉ Objetivo de la Directiva: armonización legislativa de los Estados miembros y libre circulación de los servicios de la sociedad de la información
- ◉ Principio de subsidiariedad (la UE interviene de forma subsidiaria): sólo se regulan determinadas cuestiones, para el resto se aplican las leyes nacionales vigentes a las transacciones de comercio electrónico

Definición del comercio electrónico

- ◉ Comercio realizado por medios electrónicos, es decir, basado en la transmisión electrónica de datos. Se trata de una transacción completa que tiene lugar a través de Internet SIN la presencia física de las partes (vendedor/comprador).
- ◉ También:
 - > Transacciones por fax, teléfono, correo electrónico, etc.

Definiciones

"Servicios de la sociedad de la información": todo servicio de la sociedad de la información, es decir, todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, por vía electrónica a distancia y a elección personal de un destinatario de servicios. (radiodifusión televisiva y radiodifusión sonora → sólo previa solicitud individual).

"Prestador de servicios": cualquier IF u OSAL que preste un servicio de la sociedad de la información.

"Destinatario del servicio": cualquier IF u ONL que utilice, profesionalmente o no, un servicio de la sociedad de la información, en particular para buscar información o facilitar el acceso a la misma.

¿Qué tipo de consumidor está protegido?

- ¿Está protegido también el observador de superficie? (comerciante indiferente)
- ¿Sólo está protegida la persona experimentada e informada? (difícil de encontrar)
- Modelo de consumidor: El tipo de consumidor intermedio, que tiene una percepción media a la hora de formar su voluntad legal y está suficientemente informado, en función del tipo de bienes/servicios ofertados.
- El criterio DCE: el consumidor "razonablemente atento".
- Deben tenerse en cuenta las presuntas expectativas de un consumidor medio razonablemente informado y atento.
- ► Conclusión: el consumidor medio está protegido.

Libre prestación de servicios de comercio electrónico

1. Cada Estado miembro velará por que los servicios de la sociedad de la información prestados por un operador establecido en su territorio respeten sus disposiciones nacionales aplicables en el ámbito coordinado.
2. Los Estados miembros no podrán restringir, por motivos relacionados con el ámbito coordinado, la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información procedentes de otro Estado miembro.

Medidas de excepción que pueden adoptar los Estados miembros:

- Aquellas necesarias para el orden público (en particular, la prevención, investigación, detección y enjuiciamiento de delitos), la protección de la salud pública, la seguridad pública y la protección de los consumidores
- Dirigirse contra un servicio de la sociedad de la información que perjudique los objetivos de la Directiva
- Respetar el principio de proporcionalidad

Conclusión de un contrato electrónico

- Formación por correo electrónico o directamente por Internet a través del sitio web del proveedor
- Se requiere el cotejo de las declaraciones electrónicas de intenciones de las partes
- No se requiere la presencia física de las partes al mismo tiempo

Declaración de voluntad - acto jurídico

- ◉ Una declaración de voluntad (d.v.) es la plasmación y realización de la voluntad privada a través de una determinada conducta, dirigida a la creación de un determinado resultado jurídico.
- ◉ La declaración de voluntad debe estar intencionadamente dirigida a provocar una determinada consecuencia jurídica.
- ◉ Un acto jurídico es un acto destinado a producir un resultado jurídico, pero que se produce únicamente porque el declarante así lo ha querido.
- ◉ Un acto jurídico puede contener uno o varios d.b. si son necesarios para que se produzca el efecto jurídico.

Convención

- ◉ Negocio jurídico con al menos dos partes
- ◉ propuesta/aceptación
- ◉ Propuesta + aceptación = contrato

- ◉ El contrato se celebra en cuanto el autor de la propuesta recibe una declaración de aceptación de su propuesta.
- ◉ El autor de la proposición debe recibir la aceptación de la propuesta de celebración de contrato en el plazo fijado. Si no ha especificado ningún plazo, la aceptación debe llegarle en el momento en que, dadas las circunstancias, estaba obligado a esperarla.

La declaración de voluntad electrónica y su transmisión precisa por Internet

- negocio jurídico y sus consecuencias jurídicas d.o.b. electrónico que contiene una propuesta de contrato + d.o.b. electrónico que contiene la aceptación de la propuesta = contrato electrónico

(por ejemplo, por correo electrónico, rellenando un formulario de pedido en línea)

Diferencia con el d.b. de derecho civil -> modo de transmisión, electrónico, por ordenador

- Demandante: debe ser una persona competente para actuar
- 3 condiciones:
 - a) voluntad de actuar
 - b) conciencia o voluntad de hacer una declaración (voluntad legal) y
 - c) voluntad de concretar

Propuesta y aceptación

- *El contrato se celebra en cuanto el proponente recibe de la otra parte una declaración de aceptación de su propuesta. (propuesta y aceptación de la propuesta)*
- *Presentación de productos y precios en la página de inicio - > ¿constituye una propuesta?*
- *▶ Si la oferta se hace a un número indeterminado de personas (como ocurre con los anuncios) no hay propuesta vinculante.*
- *▶ Pero si la página pide al cliente que facilite sus datos, existe una oferta a una persona concreta.*

- **Aceptación de la propuesta:** El proponente debe recibir la aceptación de la propuesta de adjudicación dentro del plazo especificado. Si no especificó un plazo, la aceptación debe llegarle en el momento en que estaba obligado a esperarla dadas las circunstancias.
- El momento en que el destinatario de la comunicación tiene conocimiento de la misma es el momento en que el destinatario, en el curso normal de los acontecimientos, podría objetivamente haber tenido conocimiento de la comunicación.
- La comunicación se transmite cuando entra en la esfera de autoridad del destinatario.

- **Conocimiento del fax:** cuando el fax llega al destinatario en horario laboral -> lo mismo ocurre con el correo electrónico y las páginas web
- ▶ **Empresario:** hasta el final del día en que se envió
- ▶ **PP:** el día siguiente al de su envío

- **ATENCIÓN:** Si el destinatario tiene conocimiento de la hora antes de lo previsto, se toma como hora de transmisión del d.b.

- Pérdida de un mensaje por error del remitente o fallo de la red → el mensaje no llega a su destino y no da lugar a consecuencias jurídicas
- Si el mensaje llegó pero fue borrado por error antes de que el destinatario tuviera conocimiento de ello → el mensaje se ha recibido correctamente
- La carga de la prueba recae en el remitente: debe solicitar confirmación de la entrega y de la lectura
- Envío involuntario de un mensaje (por ejemplo, pulsar una tecla por error) → compensación con aplicación proporcional de las disposiciones sobre errores → si es consumidor, ejercicio oportuno del derecho de desistimiento

Obligación de información previa a la celebración de un contrato electrónico

El prestador de servicios facilitará la siguiente información de forma clara y comprensible antes de realizar el pedido:

- ◉ Las distintas etapas técnicas que conducen a la celebración del contrato
- ◉ Si el prestador de servicios archivará o no el contrato tras su celebración y si es posible o no acceder a él
- ◉ Los medios técnicos de detección y corrección de errores de tratamiento electrónico antes de la realización del pedido
- ◉ Las lenguas en que puede celebrarse el contrato

Las anteriores obligaciones de información no se aplican a los contratos celebrados exclusivamente por mensajería electrónica (por ejemplo, fax, correo electrónico o teléfono).

→ En otras palabras, solo se aplican a los contratos redactados en línea.

→ Esta restricción se elimina en la Directiva relativa a los contratos a distancia.

el prestador de servicios debe

- enviar un justificante de la recepción del pedido del destinatario
- sin demora indebida y por vía electrónica

el pedido y el justificante de recepción se considerarán recibidos cuando las partes destinatarias tengan acceso a ellos.

Información general que debe facilitarse

El proveedor de servicios facilitará un acceso fácil, directo y continuo al menos a la siguiente información

- (a) el nombre del prestador de servicios
- (b) la dirección geográfica en la que está establecido el prestador
- (c) información que permita ponerse en contacto rápidamente con el prestador de servicios y comunicarse con él de manera directa y eficaz, incluida su dirección electrónica

- d) cuando la entidad esté inscrita en un registro mercantil o en un registro público similar, el registro pertinente y su número de inscripción;
- (e) cuando la actividad esté sujeta a un régimen de autorización, los datos de la autoridad de control pertinente
- (f) en el caso de profesiones reguladas: colegio profesional, título profesional, referencia a las normas profesionales
- (g) cuando la actividad ejercida por la entidad esté sujeta al IVA, el número de identificación

Cuando los servicios de la sociedad de la información hagan referencia a precios, éstos deberán indicarse de forma clara y precisa y, en particular, precisar si incluyen impuestos y gastos de entrega. (por ejemplo, los billetes de avión reservados por Internet deben incluir los impuestos)

Comunicaciones comerciales

Definición: todas las formas de comunicación destinadas a promocionar, directa o indirectamente, bienes, servicios o la imagen de una empresa, organización o persona que ejerza una actividad comercial, industrial, artesanal o una profesión regulada.

No constituyen una comunicación comercial propiamente dicha: la información que permita acceder directamente a la actividad de la empresa, organización o persona de que se trate, en particular el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico (es decir, el nombre de dominio y la dirección de correo electrónico)

Las comunicaciones relativas a bienes, servicios o a la imagen de la empresa, organización o persona de que se trate que se realicen independientemente de sus intenciones, en particular sin contrapartida económica;

Información facilitada

- (a) la comunicación comercial debe ser claramente identificable;
- (b) el PP o la ONL en cuyo nombre se realiza la comunicación comercial debe ser claramente identificable; (de modo que el destinatario no tenga que introducir el mensaje enviado)
- (c) las ofertas, como descuentos, bonificaciones y regalos, deben ser claramente identificables, las condiciones en las que uno puede beneficiarse de las ofertas deben ser fácilmente accesibles y las condiciones deben presentarse de forma clara y precisa;
- (d) los concursos o juegos promocionales deben ser claramente identificables, las condiciones de participación deben ser fácilmente accesibles y las condiciones deben presentarse de forma clara y precisa.

Comunicaciones comerciales no solicitadas

1. La comunicación comercial con un destinatario que no la haya solicitado
2. Si se realiza por correo electrónico y salvo que esté prohibida, deberá identificarse de forma clara y precisa en cuanto le llegue.
3. Los prestadores de servicios que realicen comunicaciones comerciales no solicitadas por correo electrónico deberán mantener y consultar periódicamente registros de "inclusión voluntaria", en los que podrán inscribirse las personas físicas que decidan no recibir dichas comunicaciones comerciales.

CONCLUSIONES Ventajas del comercio electrónico

Ventajas para los usuarios

Opciones ilimitadas de productos/servicios

Comparación de precios Transacciones en cualquier momento/día

Ahorro de tiempo (sin esperas ni papeleo)

Eliminación de barreras geográficas a los mercados

Ofertas, precios más bajos

Beneficios para las empresas

Aumento del volumen de negocio en nuevos mercados y nuevos
compradores

Potencial de crecimiento de los ingresos

Reducción de costes y procedimientos

Mejora de la imagen gracias a la rapidez de procesamiento

Mayor fiabilidad gracias a la minimización de los errores humanos

Desventajas del comercio electrónico

- Falta de confianza en la seguridad de las transacciones (falta de confianza en la identidad del vendedor electrónico)
- Descuido de la privacidad
- (¿?)Privacidad en línea (visitas y navegación → rastros digitales)
- Carácter transnacional de las transacciones
 - legislaciones diferentes
 - ¿cuál es la legislación aplicable y la responsabilidad en cada caso?