



TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN DERECHO

CURSO ACADÉMICO 2022-2023

**Protección Jurídica de los Consumidores en el Ámbito
de la Contratación Electrónica**

**Legal Protection of Consumers in the Field of
Electronic Contracting**

AUTOR/A:

D. DANIEL ALDACO GÁLVEZ

DIRECTOR/A:

Dr. D. VICENTE GOZALO LÓPEZ

ÍNDICE

RESUMEN.....	3
ABREVIATURAS	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPITULO I. ASPECTOS ESENCIALES	7
1. CONCEPTO DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA	7
1.1 Clasificación de los contratos electrónicos	10
2. NORMATIVA APLICABLE	12
CAPITULO II. FASE PRECONTRACTUAL.....	14
1. DEBER DE INFORMACIÓN	14
1.1 Deber de información ámbito general de la LSSICE	14
1.2 Deber de información en los contratos de consumo de la LGDCU	16
2. CODIGOS DE CONDUCTA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO	18
CAPÍTULO III. PERFECCIÓN DEL CONTRATO	21
1. PROTECCIÓN ANTE LA APARICIÓN DE CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN	21
1.1. Tutela frente a la aparición de cláusulas abusivas.....	24
2. OFERTA.....	25
2.1 Regulación general y específica	26
3. ACEPTACIÓN DE LA OFERTA	27
4. CELEBRACIÓN DEL CONTRATO	29
4.1 Momento de la perfección	29
4.2. Lugar de perfección.....	31
CAPÍTULO IV. EJECUCIÓN DEL CONTRATO.....	33
1. DEBER DE INFORMACIÓN POSTCONTRACTUAL.....	33
1.1. Deber de información postcontractual según la LSSICE	33
1.2 Deber de información postcontractual en los contratos de consumo	34
2. ENTREGA, ENVÍO Y SUMINISTRO	35
CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39

RESUMEN

Con la realización de este Trabajo de Fin de Grado, analizare la protección jurídica de los consumidores dentro del ámbito de la contratación electrónica. Pese a ser un modelo de contratación muy conocido en nuestros días, como consecuencia del gran desarrollo tecnológico que estamos viviendo, los conocimientos teóricos sobre esta modalidad no están presentes en el mundo practico. Así pues, es la finalidad principal de este Trabajo dar a conocer a los consumidores sus derechos y deberes en la contratación electrónica, evitando situaciones de desprotección frente a los operadores mercantiles.

Por otro lado, será objetivo de este trabajo analizar cada una de las fases que conforman el contrato electrónico, desde la fase precontractual hasta la ejecución propiamente dicha. De igual forma, también se observará la protección del consumidor ante la aparición de condiciones general, mecanismos muy utilizados en este modelo de contratación.

ABSTRACT

In this Final Degree Project, I will analyse the legal protection of consumers in the field of electronic contracting. Despite being a very well-known contracting model nowadays, as a consequence of the great technological development we are experiencing, theoretical knowledge about this modality is not present in the practical world. Therefore, the main purpose of this work is to inform consumers of their rights and duties in electronic contracting, thus avoiding situations of lack of protection from commercial operators.

On the other hand, the aim of this work is to analyse each of the phases that make up the electronic contract, from the pre-contractual phase to the actual perfection of the contract. Similarly, consumer protection will also be analysed in relation to the appearance of general conditions, mechanisms that are widely used in this contracting model.

ABREVIATURAS

BOE	Boletín Oficial del Estado
CC	Código Civil
CCom	Código de Comercio
DOUE	Diario Oficial de la Unión Europea
LCGC	Ley de Condiciones Generales de la Contratación
LGDCU	Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios
LSSICE	Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico
STJUE	Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea
STS	Sentencia del Tribunal Supremo
TS	Tribunal Supremo

INTRODUCCIÓN

El cada vez más desarrollado mundo tecnológico, ha provocado que nos encontremos en una sociedad cada vez más informatizada. En nuestros últimos años, los diversos sistemas informáticos se han expandido notablemente, trayendo consigo una gran diversidad de novedades, que provocan que nuestra realidad cotidiana se vea alterada.

Como consecuencia de dicha expansión tecnológica, se han creado las relaciones jurídicas nuevas que anteriormente era inviable realizar, pero actualmente con dicho avance tecnológico si son posibles. Así pues, se han creado las relaciones jurídicas electrónicas, las cuales originan numerosos beneficios para los operadores del mercado, pero también generan determinadas inseguridades jurídicas para los consumidores. Es por ello, que nuestras autoridades legislativas, tanto nacionales como europeas, se han visto en la necesidad de crear la figura del *contrato electrónico*, creando nuevos marcos normativos para su regulación.

Es importante en este primer momento, marcar la diferenciación que existe entre la contratación a distancia tradicional con la contratación electrónica. La nota común a ambos tipos de contratación es la ausencia de presencia física simultanea de las partes contratantes. Sin embargo, existen diversas notas características que los hacen diferentes. De tal modo, en el contrato electrónico, la manifestación de voluntades de las partes (oferta y aceptación), se deben transmitir necesariamente a través de mecanismos que tengan la consideración de electrónicos. Como contraposición, en el contrato a distancia, la manifestación de las partes basta con que se realice a través de cualquier medio a distancia (teléfono, correo postal, etc.), pero no tienen que ser necesariamente medios electrónicos.

En otro orden de ideas, hay que reflejar que esta modalidad de contratación no se trata de una nueva fuente de obligaciones, sino únicamente de una nueva forma de emisión de la declaración de voluntades de las partes. Así pues, nos encontramos ante un

modelo distinto al modelo “tradicional”, que es capaz de generar los mismos efectos, pero que debido a sus peculiaridades enunciadas en el párrafo anterior necesita de una regulación detallada.

Así las cosas, las nuevas tecnologías se han convertido en el instrumento de desarrollo del comercio electrónico, por lo que resulta preceptivo que dichos medios cuenten con las medidas de seguridad óptimas tanto técnicas como jurídicas¹. Es por ello, que la contratación electrónica se encuentra sujeta a su propia normativa, la cual veremos más adelante, cuya finalidad es adaptar al ordenamiento jurídico estos nuevos modos de contratación, así como aportarles la seguridad jurídica pertinente. Sin embargo, como veremos a lo largo del trabajo, existen ciertas carencias normativas en la regulación específica de esta modalidad contractual, lo que hace patente la necesidad de una regulación más uniforme y precisa de dichas medidas de seguridad, evitando así situaciones de fraude (muy habituales en este modelo contractual) y generando más confianza al consumidor.

Por último, para una correcta comprensión y lectura del lector, el trabajo seguirá el siguiente esquema: En primer lugar, pasaremos a estudiar los aspectos esenciales de esta modalidad contractual, recogiendo la concepción del contrato y su marco normativo vigente; seguidamente a ello, analizaremos las diversas fases de formación que debe atravesar el contrato electrónico, desde la etapa previa a su celebración hasta su ejecución, analizando en cada fase el conjunto de derechos que deben ostentar los consumidores.

¹DEL PINO DOMINGUEZ, M, *El perfeccionamiento del contrato electrónico en la ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico*, Revista de ciencias jurídicas nº8-9, 2.004, pág 45-68, y, en especial, 50 y ss.

CAPITULO I. ASPECTOS ESENCIALES

1. CONCEPTO DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

En un primer momento, se puede definir como contrato un acuerdo de voluntades entre dos o más sujetos, a partir del cual se comprometen recíprocamente al cumplimiento de unas condiciones pactadas entre ellos. Como recogen autores como DIEZ-PICAZO se exige en el contrato, un recíproco consentimiento de las partes. En el momento que se otorgue por ambas partes del contrato dicho consentimiento producirá la perfección contractual, la cual dota al contrato de fuerza de ley pudiendo las partes exigir su cumplimiento².

En lo referente al contrato electrónico, que es lo que nos interesa a efectos de este trabajo, la LSSICE lo establece como aquel *“en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medios de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones”*³. Así pues, lo peculiar y característico de este modelo contractual es el cauce a través del cual se emiten las declaraciones de voluntad, el cual es radicalmente novedoso para nuestro ordenamiento y por ello genera una gran variedad de problemas para el legislador⁴.

Sin embargo, esta novedad que supone la contratación electrónica no supone una alteración de las normas generales que rigen en nuestro ordenamiento sobre la contratación, sino que únicamente supone una nueva modalidad de contratación entre distantes. Sin embargo, la inadecuación de las soluciones normativas concebidas, las cuales fueron desarrolladas para el control de la contratación “tradicional” escrita u oral, genera una desconfianza hacia la contratación electrónica que provoca que su desarrollo se esté viendo ralentizado. Es por ello, que en ejecución de la Directiva sobre Comercio

² DIEZ PICAZO, L, *Fundamentos del Derecho Civil Patrimonial*, Civitas, Madrid 2.012, pág. 155.

³ Anexo de definiciones, apartado h) de BOE 166, de 12 de julio de 2.002.

⁴ MIRANDA SERRANO, L, *La formación y ejecución del contrato electrónico: aproximación a una realidad negocial emergente*, 2.008, págs.72-92, y, en especial, 81 y ss.

Electrónico⁵, nuestro legislador creo la LSSICE para conseguir potenciar esta modalidad contractual.

Es necesario, además de establecer la definición legal, establecer ciertas matizaciones que proporcionan los autores sobre este concepto. Así pues, tenemos que entender como contrato electrónico “*contrato celebrado sin la presencia física del comprador y del vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación por medios electrónicos o telemáticos*”⁶. Sin embargo, esta definición resulta insuficiente, ya que únicamente recoge la concepción de la compraventa electrónica dejando al lado una variedad de acciones que también tiene espacio dentro de esta modalidad.

Por otro lado, las peculiaridades que posee la contratación electrónica frente a las demás modalidades de contratación a distancia, y la existencia de normas específicas que regula concretamente el comercio electrónico, ha obligado al legislador a introducir un precepto que regule la convivencia entre ambas normativas. Esto lo encontramos en el artículo 94 de la LGDCU⁷, por lo cual las normas sobre venta a distancia son aplicables cumulativamente a la contratación electrónica. Sin embargo, en caso de conflicto siempre prevalecerá la norma específica, la LSSICE.

En otro orden de ideas, el contrato electrónico supone una modalidad de contratación alternativa a la modalidad convencional, encontrando su regulación común en las normas civiles o mercantiles. Esto es así, porque la naturaleza jurídica de estos contratos no difiere de la naturaleza jurídica de la modalidad convencional, únicamente encuentra su distinción en la forma en que se manifiesta la voluntad de las partes⁸. Pese

⁵ DOCE núm. 178, de 17 de julio de 2.000.

⁶ PERALES, M.P, “*Formación del contrato*” en Comercio Electrónico y protección de los consumidores”, La Ley, Madrid, 2.001, pág. 408 y ss.

⁷ Artículo 94: *En las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otros medios de comunicación electrónica y en la contratación a distancia de bienes o servicios por medios electrónicos, se aplicará además de lo dispuesto en este título, la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico*

⁸ VEGA VEGA, J.A, “*Teoría del Contrato Electrónico*” en Derecho Mercantil Electrónico, Reus, Madrid, 2.015, págs. 90-91.

a ello, la contratación electrónica presenta unas características especiales por lo cual precisa de una normativa propia, la cual recogeremos en el título siguiente.

Es importante en este punto, analizar lo que recoge la letra a) del anexo de la LSSICE, pues se desprende que la contratación realizada por fax o por medios de telefonía quedan excluidos de la regulación de contratación electrónica, al no constituir estos medios un “servicio de la sociedad de la información”. Únicamente tendrá la concepción de “electrónico” aquellos medios que realicen un tratamiento o almacenamiento de datos, lo cual no realiza el fax ni el teléfono. Pese a ello, entiendo que pese que estos últimos medios no realicen un tratamiento o almacenamiento de datos, siguen siendo medios electrónicos y, que por lo tanto si deberían estar sujetos a la regulación de la LSSICE⁹.

Así las cosas, y, en resumen, para encontrarnos ante un contrato electrónico es necesario la presencia de dos requisitos: En primer lugar, que el medio empleado permita no solo la transmisión electrónica de datos, sino además, su almacenamiento o archivo; y en segundo lugar, que la oferta y la aceptación se hayan comunicado a través de medios electrónicos. Es indiferente en cierta medida que la ejecución del contrato se realice a través de vías electrónicas, lo relevante en este punto es que la perfección del contrato se realice mediante vías electrónicas. Por otro lado, es necesario la conexión de las partes a la red y la falta de presencia física de las partes, lo cual no debe asociarse a la falta o no de simultaneidad en su celebración, ya que como veremos en ocasiones estos contratos si se desarrollan de manera simultánea, pese a la falta de simultaneidad de las partes¹⁰.

⁹ OBREGON SIEGMUND, G, *La perfección del contrato en Internet según el ordenamiento jurídico español. Especial referencia al caso de las páginas web*, en *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, vol. 3, n° 2, Barcelona, 2.012, págs. 61-87, y, en especial 69 y ss.

¹⁰ OBREGON SIEGMUND, G, *La perfección del contrato en Internet según el ordenamiento jurídico español. Especial referencia al caso de las páginas web*, pág. 70.

1.1 Clasificación de los contratos electrónicos

En primer lugar, podemos realizar una clasificación de los contratos electrónicos, atendiendo a los sujetos que intervengan¹¹:

- Si en el contrato una de las partes tiene carácter de consumidor, el contrato se entenderá como contrato electrónico de consumo, será una modalidad B2C, *Business to Consumer*, sujeto a LSSICE y a la LGDCU en tanto en cuanto estamos ante la presencia de un consumidor.
- Puede suceder también en este ámbito, que ambas partes que intervienen en el contrato sean consumidores, es decir, que nos encontremos en un caso de C2C (*Consumer to consumer*). Parece claro en este punto, que en caso de encontrarnos ante un contrato B2C, resulta aplicable la normativa prevista para la protección jurídica de consumidores y usuarios. Sin embargo, resulta de vital importancia, y sobre todo en la actualidad en la que vivimos, goza de gran importancia la posición jurídica del adquirente no profesional que contrata con un proveedor no profesional (conocidos como *prosumers*) a través de la intermediación de una plataforma de comercio online¹².

En este tipo de operaciones, resulta fundamental determinar que el particular proveedor este actuando fuera de cualquier actividad empresarial o profesional¹³. Es por ello relevante en este punto mencionar la Directiva 2019/2161, de 27 de noviembre de 2019¹⁴, la cual modifica la directiva 2011/83 de 25 de octubre de 2011, introduciendo el artículo 6 bis cuya finalidad es establecer un conjunto de requisitos de información

¹¹ PLAZA PENADÉS, J, “*Los contratos informáticos y electrónicos*” en J.R. DE VERDA Y BEAMONTE (coord.), Derecho Civil II, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2.021, pág. 563 y ss.

¹² TOMILLO URBINA, J, *Los consumidores ante las plataformas de intermediación Online: algunas reflexiones*, Lex nº 27, 2.021, pág. 99-132, y, en especial 119 y ss.

¹³ En estos casos, como recoge la STJUE de 4 de octubre de 2018, la persona física o jurídica que ofrece los bienes en la página web, solo será considerada como comerciante cuando actúe con un propósito claramente relacionado con su actividad económica, profesión u oficio.

¹⁴ DOUE núm. 328, de 18 de diciembre de 2019.

adicionales para contratos celebrados en mercados en línea¹⁵. Así pues, antes de que se perfeccione el contrato se deberá transmitir al adquirente en línea la *información clara, comprensible y adecuada* a las técnicas de comunicación a distancia¹⁶.

- Si el contrato se realiza entre empresarios dentro del marco de una actividad empresarial o productiva, se entenderá como una relación mercantil, B2B, *Business to business*. Lo que nos interesa a efectos de la realización de este trabajo es los contratos electrónicos de consumo, donde una de las partes tenga condición de consumidor, por lo que no será objeto de análisis este tipo de relaciones las cuales son entendidas únicamente como relaciones mercantiles.

Por otro lado, podemos distinguir entre comercio directo o indirecto, en función de cómo se ejecuta el contrato¹⁷:

- El primero tiene lugar cuando la totalidad de las fases del contrato, desde su formación hasta su ejecución tiene lugar a través de la red. Por tanto, todos los aspectos del contrato se realizan de forma electrónica, no apareciendo medios tradicionales en ninguna de las fases.

¹⁵ TOMILLO URBINA, J, *Los consumidores ante las plataformas de intermediación Online: algunas reflexiones*, pág. 119 y ss.

¹⁶ Artículo 6 bis: a) *información general, facilitada en una sección específica de la interfaz en línea que sea fácil y directamente accesible desde la página en la que se presenten las ofertas, relativa a los principales parámetros que determinan la clasificación, tal como se define en el artículo 2, apartado 1, letra m), de la Directiva 2005/29/CE, de las ofertas presentadas al consumidor como resultado de la búsqueda y la importancia relativa de dichos parámetros frente a otros parámetros; b) si el tercero que ofrece los bienes, servicios o contenido digital es un comerciante o no, con arreglo a la declaración de dicho tercero al proveedor del mercado en línea; c) cuando el tercero que ofrece los bienes, servicios o contenido digital no sea un comerciante, que los derechos de los consumidores derivados de la legislación de la Unión en materia de protección de los consumidores no son de aplicación al contrato; d) cuando proceda, cómo se reparten las obligaciones relacionadas con el contrato entre el tercero que ofrece los bienes, servicios o contenido digital y el proveedor del mercado en línea, entendiéndose esta información sin perjuicio de cualquier responsabilidad que el proveedor del mercado en línea o el tercero comerciante tenga en relación con el contrato en virtud de otra normativa de la Unión o nacional.*

¹⁷ VALVUENA GUTIERREZ, J.A., *Aspectos sobre la seguridad en la contratación electrónica*, en L. ANGUITA VILLANUEVA, M. CUENCA CASAS y J. ORTEGA DOMÉNECH (coords.), *Estudios de derecho Civil*, Dykinson, Madrid, 2.013, pág. 763 y ss.

- En el segundo la negociación o formación del contrato se realiza mediante medios telemáticos, pero la ejecución del contrato se realiza mediante medios tradicionales (entrega de mercancías físicamente).

Por último, los podemos diferenciar en función de cual es la forma de emisión de las voluntades de las partes¹⁸:

- Tendrán la consideración de contratos electrónicos puros aquellos que se producen mediante el intercambio de voluntades manifestadas exclusivamente a través de medios electrónicos, correos electrónicos, por ejemplo.
- Por otro lado, serán contratos electrónicos mixtos, los cuales combinan sistemas electrónicos con sistemas tradicionales. A modo ejemplificativo, un formulario que deba ser impreso y firmado por el contratante para después enviarlo por medio postal, aquí nos encontramos un sistema electrónico (obtención del formulario por internet y posterior impresión) y un sistema tradicional (envío por correo postal).

2. NORMATIVA APLICABLE

La venta a distancia con consumidores a través de internet, su modelo contractual, como no puede ser de otra forma parte del contrato tradicional de compraventa recogido en el artículo 1445 del Código Civil Español¹⁹, y los contratos entre ausentes recogido en el artículo 1262 del mismo texto legal. Así pues, nos encontramos en una compraventa en la que las partes contratantes no están físicamente presentes, en el que una de ellas se obliga a entregar una cosa determinada, mientras que la otra parte se obliga a abonar un precio cierto por ella, sin embargo, la celebración y perfección del contrato se celebra a través de medios a distancia.

¹⁸ PLAZA PENADÉS, J., *Los contratos informáticos y electrónicos* en J.R. DE VERDA Y BEAMONTE (coord.), pág. 763 y ss.

¹⁹ BOE núm. 206, de 25 de julio de 1.889.

Actualmente, el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios²⁰ regula el contrato de venta a distancia de consumo, concretamente en su título tercero. Esta norma será el núcleo central de la contratación electrónica cuando una de las partes tenga la consideración de consumidor, regulando los aspectos y derechos esenciales del consumidor, así como la protección ante la aparición de condiciones generales y cláusulas abusivas.

De igual forma, hay que tener en cuenta la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico²¹, la cual es la norma por excelencia en los contratos que se celebran a través de medios electrónicos. Incluye la regulación de algunos aspectos adicionales, en particular, relativos a la forma y prueba de los contratos electrónicos, la intervención de terceros de confianza, la determinación de la ley aplicable y lugar de celebración del contrato. En lo relativo a la formación del contrato, esta norma también resulta trascendente, ya que, a través de su Disposición Adicional Cuarta, modifica los artículos 1264 del CC y 54 del Ccom, como veremos en títulos siguientes²².

La Ley de 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista²³, se encarga de la regulación del comercio minorista, incluyendo aquí, como no puede ser de otra forma, la venta a distancia. Esta última, en ocasiones resultaba de aplicación el comercio electrónico entre empresarios y consumidores. Sin embargo, la Ley 3/2014 de reforma de la LGDCU deroga los artículos 39 a 48 de la LCM²⁴, al entender que dichos preceptos se encuentran desfasados, evitando así confusiones entre los distintos

²⁰ BOE núm. 287, de 30 de noviembre de 2.007.

²¹ BOE núm. 166, de 12 de julio de 2.002.

²² DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Estudios y Comentarios Legislativos. Derecho Privado de Internet*, Aranzadi, Madrid, 2.015, págs. 18 y ss.

²³ BOE núm. 15, de 17 de enero de 1.996.

²⁴ Todo ello como se recoge explícitamente de la exposición de motivos de la Ley 3/2014: “*Los cambios legales que para transponer la Directiva es preciso introducir en nuestro ordenamiento jurídico alcanzan también a la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. En consecuencia, mediante la disposición final segunda se recogen las modificaciones necesarias en la citada ley, al tiempo que se derogan sus artículos 39 a 48, con objeto de evitar la confusión que genera la existencia de un régimen duplicado para los contratos de venta a distancia en esta norma y en la citada ley, cuyo contenido sobre venta a distancia resulta desfasado*”.

ordenamientos, no encontrando por tanto preceptos vinculantes para la protección del consumidor en la LCM.

Por otro lado, la Ley 7/1998, de 14 de abril, de Condiciones Generales de la Contratación²⁵ establece el régimen jurídico de las cláusulas predispuestas e impuestas por el empresario en el contrato, por lo que resulta de aplicación en los contratos con consumidores en los que aparezcan tal modalidad de cláusulas que como veremos las encontramos en la mayor parte de los contratos electrónicos.

Finalmente, es necesario mencionar las numerosas Directivas que se han creado en el ámbito comunitario con el objetivo de otorgar más protección a los consumidores y usuarios en el ámbito de la contratación a distancia. La primera de ellas es la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores²⁶, busca poner fin a las lagunas que existían los Estados Miembros sobre esta materia. La segunda a destacar, es la Directiva 2000/31/CE, relativa al comercio electrónico en el mercado interior.

CAPITULO II. FASE PRECONTRACTUAL

1. DEBER DE INFORMACIÓN

1.1 Deber de información ámbito general de la LSSICE

El derecho a la información precontractual en el derecho de consumo ocupa un papel vital, ya que tiene por objeto limitar esa posición asimétrica característica en este tipo de contratos. Concretamente, en la contratación electrónica se hace aún más relevante, debido a que el consumidor no puede examinar por sus propios medios el bien, sino que precisa de la información que le despliega el vendedor para conocer las características del producto. Así pues, tanto la normativa europea como la legislación

²⁵ BOE, núm. 89, de 14 de abril de 1.996.

²⁶ DOCE núm. 95, de 21 de abril de 1.993

española imponen ciertas obligaciones previas a la celebración del contrato, relativas al suministro de información.

En primer término, es necesario hacer mención a las obligaciones previas que recoge el artículo 27 de la LSSICE²⁷, las cuales son aplicables a cualquier modelo de contratación, independientemente de si son relaciones con consumidores o empresarios. Sin embargo, no será necesario cumplir con estas obligaciones en dos excepciones: en primer lugar, para el supuesto de aquellos contratos que se celebren exclusivamente mediante el intercambio de correos electrónicos u otro mecanismo análogo, ya que en estos casos las comunicaciones tienen un carácter más individualizado lo que justifica un tratamiento diferente; y, en segundo lugar, cuando ambos contratantes así lo acuerden, salvo que una de las partes sea consumidora²⁸. Así pues, puestos en el escenario que nos interesa a efectos de este trabajo, únicamente un consumidor puede ser privado de esta información cuando se celebre el contrato exclusivamente mediante el intercambio de correos electrónicos (o instrumento análogo), nunca mediante pacto entre partes.

En lo que respecta al modo y al momento en que dicha información se tiene que poner a disposición del contratante, dispone la LSSICE que “*antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita*”, considerando suficiente la inclusión de dicha información en la página web del empresario, no siendo necesario por tanto que se incluya esa información en el contrato en sentido estricto. Es por ello, que en la mayoría de las páginas webs que visitamos, nos encontramos con “*links*” que permiten al destinatario conocer dicha información previa la celebración del contrato, cumpliendo así con el mandato legal recogido en el artículo 27 de la LSSICE.

²⁷ Artículo 27.1 LSSICE: *antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes extremos: a) Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato; b) Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible; c) Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos; y d) La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.*

²⁸ DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Estudios y Comentarios. Derecho Privado de Internet*, pág. 40.

En último término, hay que realizar en este punto una importante mención a la Disposición Adicional Quinta de la LSSICE²⁹, la cual obliga a los empresarios a promover normas de accesibilidad a sus servicios. Es decir, se busca facilitar el acceso a estos servicios a personas con discapacidad o de edad avanzada que tengan pocos conocimientos acerca de estos medios informáticos, buscando proteger el deber de información, con la finalidad de que posean toda la información necesaria para su situación y se encuentren en una situación de igualdad frente al resto de consumidores.

1.2 Deber de información en los contratos de consumo de la LGDCU

Aquellos contratos electrónicos celebrados entre empresarios y consumidores, es decir, los contratos B2C, le son aplicables las disposiciones de la LGDCU. En este punto, el artículo 8.1 d) establece el derecho básico de los consumidores a recibir la información correcta y necesaria sobre los bienes o servicios que oferta el empresario. Para la correcta efectividad de este derecho básico, se exige a los poderes públicos que aseguren a los consumidores dicha disposición de la información precisa previa celebración del contrato, ex artículo 17.1 de citada norma. Dicha información deberá ser veraz, eficaz y suficiente (artículo 18.2), facilitándose de forma gratuita, clara y comprensible, incluyendo todas sus condiciones ya sean jurídicas o económicas (artículo 60.1), y al menos en la lengua castellana (artículo 60.4)³⁰. La información relevante que debe tener el consumidor aparece recogida en el artículo 60.2³¹, recogiendo una serie de datos que necesariamente tienen que estar puestos en conocimiento del consumidor. Se busca así que el consumidor pueda acceder a dicha información sin necesidad de recurrir a trámites espinosos,

²⁹ Disposición que contiene el mismo contenido que el artículo 2 de la Ley de Medidas de Impulso a la Sociedad de la Información.

³⁰ GURRUCHAGA, A. *Protección del consumidor en la compraventa de bienes a través de páginas web según la legislación española tras su adaptación a la normativa europea*, *Revista de Derecho Patrimonial* num.43/2017, Aranzadi, Vizcaya, 2.017, págs. 1-49, y, en especial pág. 14 y ss.

³¹ Características principales de los bienes o servicios; identidad del comerciante; dirección geográfica del comerciante y la necesaria para que el consumidor pueda ponerse en contacto y comunicarse con él; precio total de los bienes o servicios o forma de determinación del precio; coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia si se calcula sobre una base diferente de la tarifa básica; diversas informaciones relativas al derecho de desistimiento del consumidor para lo que se incluye un modelo de documento o, en su caso, la indicación de que el consumidor no tiene derecho de desistimiento; recordatorio de la garantía de conformidad para los bienes; y existencia de códigos de conducta pertinente

obteniendo así toda la información pertinente sobre el producto evitando futuros problemas provocado por errores y equivocaciones sobre las características del producto.

Es importante destacar en este punto, que como establece el artículo 97, la información precontractual formará parte integrante del contrato, de modo que resulta determinante para su contenido obligacional, salvo que las partes pacten lo contrario. En estos casos, será el empresario quien tiene la carga de la prueba de acreditar que cumplió con dichas informaciones o exhibir el pacto expreso sobre el contenido de dicha información³².

Cuando un contrato electrónico, implica obligaciones de pago para el consumidor, se impone al empresario un deber de información agravado. Así, deberá el empresario comunicar al consumidor de una manera clara y destacada, justo antes a que realice el pedido, la información necesaria sobre el producto, precio, duración del contrato y obligaciones del consumidor³³. Por ello, no es suficiente, que dicha información se aporte al consumidor a través de un “*link*” como sucedía en la LSSICE, sino que se debe de comunicar de una forma clara y comprensible. De tal forma, que si el acceso a dicha información no estuviese en la página principal o no estuviese debidamente indicado, se podría incurrir en un incumplimiento de este deber de información.

Así las cosas, una vez analizado el conjunto de obligaciones que coexisten el ámbito del deber previo de información, tanto en la LSSICE como en la LGDCU, observamos que es obligación del empresario poner a disposición del consumidor una gran cantidad de información, que en la mayoría de los supuestos no es ni siquiera consultada por los consumidores. Sin embargo, dicha información sí que genera una gran seguridad jurídica a los consumidores a la hora de prestar su consentimiento para obligarse, generando una mayor relación de confianza entre empresario y consumidor. Por otro lado, desgraciadamente, dicha información también es utilizada por los empresarios para evadirse de responsabilidades en caso de posibles incumplimientos o

³² GURRUCHAGA, A., *Protección del consumidor...*, pág. 16.

³³ DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *cit.*, p. 45.

desperfectos³⁴, aprovechando que por desgracia la mayoría de consumidores no prestamos atención a dicha información precontractual, que como hemos visto es vinculante y que es de gran importancia para la protección del consumidor.

2. CODIGOS DE CONDUCTA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Pasamos a analizar en este punto, los códigos de conducta a los cuales tienen opción de adherirse los empresarios, para crear una mayor seguridad jurídica a los consumidores, en tanto en cuanto su adhesión a ellos genera una serie de obligaciones y garantías.

Es el propio artículo 97.1.o) de la LGDCU la que nos aporta una definición de estos códigos de conducta, estableciendo que son *“el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos”*. De igual forma el artículo 18 de la LSSICE establece cuales son las funciones de estos mecanismos, estableciendo dos objetivos: en primer lugar, *procedimientos para la detección y retirada de contenidos ilícitos y la protección de los destinatarios frente al envío por vía electrónica de comunicaciones comerciales no solicitada*; y en segundo lugar, *procedimientos extrajudiciales para la resolución de los conflictos que surjan por la prestación de los servicios de la sociedad de la información*.

Es el Real Decreto 1163/2005³⁵, el que se encarga de regular el distintivo de confianza en los servicios de la sociedad de la información, regulando también los requisitos y procedimientos de concesión. Es su propio artículo 1 el que establece que dicha norma tiene como objeto *“regular el distintivo que podrán mostrar los prestadores de servicios que se adhieran a códigos de conducta...”*. Así pues, se da la aprobación de

³⁴ CARRASCO PERERA, A., *Desarrollos futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de Derechos de los Consumidores, La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, Cizur Menor, 2.012, pág.314.

³⁵ BOE núm. 241, de 8 de octubre de 2.005.

un distintivo de identificación de los códigos de conducta existentes los cuales ofrezcan una serie de garantías y derechos a los consumidores, así como un conjunto de obligaciones a los empresarios que se adhieran a ellos.

El artículo 4 de este Real Decreto 1163/2005, recoge que los códigos de conducta regulados deben estar redactados en *términos claros y accesibles*, donde se habrá que recoger como mínimo una serie de precisiones³⁶. Es labor de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición la supervisión del cumplimiento de los códigos y de las correspondientes obligaciones que generan a las entidades adscritas. Así pues, aquella entidad que este suscrita a un código de conducta concreto y que por tanto cuente con su distintivo, deberá siempre cumplir las obligaciones que se le imponen en beneficio del consumidor.

Existen numerosos códigos de conducta, pero el más importante en el ámbito español es el de Confianza Online³⁷. Se encarga en la protección del comercio electrónico y resuelve problemas relacionados con privacidad y protección de datos, accesibilidad y protección de menores. En el año 2005, tras cumplir este código de conducta con los requisitos expresados en el artículo 4 del Real Decreto 1163/2005, se le entregó el “*Distintivo de Confianza en línea*”, otorgado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, que como ya he recogido en el párrafo anterior es la encargada de velar por el cumplimiento de citados códigos.

³⁶ Las garantías concretas que ofrecen a los consumidores y usuarios que mejores o incrementen las reconocidas por el ordenamiento jurídico, por tanto, la finalidad de la adhesión a estos códigos de conducta es generar un mayor número de garantías para los consumidores, creando así una mayor seguridad jurídica en la contratación; Un sistema de resolución extrajudicial de conflictos, siempre que aparezca en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores, así como respetando la normativa europea; Los compromisos específicos que asumen los prestadores de servicios ; y el ámbito de actividades sometidas al código, que englobará al menos, las comunicaciones comerciales o la información precontractual, la contratación y los procedimientos de solución de quejas o reclamaciones.

³⁷ Consultada la información relativa al organismo en: <https://www.confianzaonline.es/> (consultada el 19/04/2023)

La importancia de este código radica en la gran cantidad de prestadores de servicios adheridos al mismo³⁸. Así pues, las empresas adheridas podrán mostrar el logotipo de Confianza Online en sus páginas web, teniendo los consumidores la garantía de que la Agencia de Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición vela por el cumplimiento de las condiciones, lo que otorga a los consumidores mucha más confianza para contratar. De igual forma, los consumidores podrán conocer a través de dicho sello ubicado en la página web del empresario: información del vendedor que ha visitado, la explicación del sello seleccionado y el procedimiento para interponer una reclamación directamente ante Confianza Online el cual se caracteriza por su celeridad.

³⁸Para una lista más exhaustiva de las empresas adheridas consultar en: <https://www.confianzaonline.es/quienes-somos/empresas-adheridas/> (consultada el 20/04/2023).

CAPÍTULO III. PERFECCIÓN DEL CONTRATO

1. PROTECCIÓN ANTE LA APARICIÓN DE CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN

En el ámbito de la contratación electrónica, se suelen establecer un conjunto de cláusulas, que unifican las condiciones con las que se contrata con quienes adquieren los bienes o servicios de una determinada página web, dichas cláusulas son conocidas como condiciones generales de la contratación. Es por ello, por lo que resulta de interés definir el concepto de que se entiende en nuestro ordenamiento por condición general de la contratación, a efectos de saber localizarlas en caso de que aparezca en la celebración de un contrato. Así las cosas, la LCGC las define como aquellas “*cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes, con independencia de la autoría material de las mismas, de su apariencia externa, de su extensión y de cualesquiera otras circunstancias, habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos*”³⁹. Así pues, como notas características extraemos que: son predisuestas por una de las partes previa celebración del contrato y que son incorporadas a una pluralidad de contratos.

Nuestro ordenamiento subordina la correcta incorporación al contrato de dichas condiciones generales al cumplimiento de una serie de requisitos recogidos en los artículos 5 y 7 de la LCGC, preceptos que resultan aplicables cuando el contratante es consumidor o empresario. Refiriéndonos, específicamente a la protección del consumidor, el artículo 80 de la LGDCU recoge la regulación de las cláusulas no negociadas individualmente en los contratos de consumo⁴⁰.

En este punto, resulta de aplicación el artículo 27.4 de la LSSICE⁴¹, obligación que afecta a contratos celebrados con consumidores o con empresarios. Se trata de una

³⁹ Artículo 1.1 LCGC

⁴⁰ DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Op. Cit.*, p. 46.

⁴¹ Artículo 27.4 de la LSSICE: *Con carácter previo al inicio del procedimiento de contratación, el prestador de servicios deberá poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario*

obligación de mucha utilidad, al permitir al contratante conocer y disponer de las condiciones generales que se le van a imponer en el contrato con carácter previo a la celebración del mismo. De este modo, facilitamos que el consumidor o empresario, pueda descargar o almacenar dichas condiciones, o disponerlas físicamente en papel⁴².

Dichas cláusulas no negociadas individualmente serán incorporadas al contrato, una vez que el adherente acepte la incorporación y sean firmadas por todas las partes del contrato, como establece el artículo 5 de la LCGC. No existirá tal aceptación por parte del adherente, cuando no se le haya informado de la existencia de estas, y cuando no se le haya entregado un ejemplar de dichas cláusulas. Como excepción a esta regla general, el artículo 5.3 de la LCGC establece que cuando el contrato no requiera de formalización escrita, deberá el predisponente: anunciarlas en algún lugar visible dentro del lugar donde se celebre el contrato, las inserte en la documentación que acompaña al contrato, o que de otra forma garantice al adherente una posibilidad de conocer su existencia y contenido.

En este punto, es de importancia destacar la acción de no incorporación que se recoge en el artículo 9 de la LCGC, que permite al adherente instar la declaración de no incorporación cuando se de alguno de los supuestos del artículo 7:

- *No tuvo oportunidad real de conocer al tiempo de la celebración del contrato.* En este punto es de destacar que el precepto no exige un conocimiento efectivo, ni tampoco establece el legislador las pautas para entender cuando efectivamente ha existido posibilidad de conocer⁴³.
- *No fue firmado por el adherente cuando era preceptiva su firma.* Será preceptiva cuando el contrato se celebre por escrito, y únicamente en el contrato donde se recojan las condiciones generales.
- *Cuando el contenido fuese ilegible, incompresible u oscuro.* Por tanto, no quedaran fuera del contrato únicamente las condiciones que el adherente

⁴² DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Op. Cit.*, p. 47.

⁴³ PACANOWSKA, I, *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de la Contratación*, Aranzadi, Murcia, 2.000, pág.1.

no tuvo oportunidad de conocer, sino también aquellas que se encuentren dificultadas por una pluralidad de sentidos o exijan de un esfuerzo superior al “*adherente medio*”⁴⁴.

Por último, es necesario hacer una especial mención a los dos mecanismos que encontramos en nuestro ordenamiento para el control formal de incorporación:

El primer control de incorporación se relaciona con lo que hemos recogido en páginas anteriores sobre los requisitos exigidos en el artículo 5 y 7 de la LCGC, se trata pues de corroborar que el adherente conocía de la existencia de las condiciones al tiempo de la celebración del contrato, que hayan sido firmadas por las partes y que no sean ilegibles, ambiguas, oscuras e incomprensibles⁴⁵.

El segundo control será el de transparencia cualificada⁴⁶, aplicable exclusivamente cuando el adherente sea consumidor⁴⁷. Se busca garantizar mediante este control que el adherente tenga un conocimiento real de las cláusulas impuestas en el contrato, de tal forma que sea completamente consciente de las consecuencias del contrato, pudiendo tomar la decisión de contratar libremente⁴⁸. Así las cosas, de no superar este control, las cláusulas se tendrán por abusivas, y por tanto como nulas de pleno derecho.

⁴⁴ Se entenderá como *aquel que este razonablemente bien informado y sea razonablemente observador y prudente*.

⁴⁵ DE VERDA Y BEAMONTE, J.R., “*El control de transparencia de las condiciones generales de la contratación: el estado actual de la cuestión*”. Disponible en: <https://idibe.org/tribuna/control-trasparencia-las-condiciones-generales-la-contratacion-estado-actual-la-cuestion/> (consultado el 18/04/2023)

⁴⁶ Cuya creación la ubicamos en la STS 241/2.013, de 9 de mayo de 2.013, el contexto de las cláusulas suelo de los préstamos hipotecarios concertados con consumidores.

⁴⁷ Ha sido el propio TS en Sentencias como la STS 367/2.016, de 3 de junio de 2.016, el que ha establecido que el segundo control de transparencia no se extiende a las condiciones generales donde el adherente no tenga condición de consumidor.

⁴⁸ Como se desprende de reiterada jurisprudencia del TJUE en Sentencias como la de 26 de febrero de 2.015, Asunto C-143/13, caso *Matei*.

1.1. Tutela frente a la aparición de cláusulas abusivas

Como se desprende del artículo 82.1 de la LGDCU, podemos entender como cláusula abusiva “*todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquéllas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato*”. Por otro lado, los artículos 85 a 90 enumeran, sin carácter exhaustivo, una larga lista de cláusulas que se consideran abusivas, agrupadas en diferentes categorías: por vincular el contrato a la voluntad del empresario (art. 85); por limitar los derechos básicos del consumidor y usuario (art. 86); por falta de reciprocidad (art. 87); sobre garantías (art. 88); que afectan al perfeccionamiento y ejecución del contrato (art. 89); y sobre competencia y derecho aplicable (art. 90)⁴⁹.

El artículo 80 de la LGDCU establece una serie de requisitos que tienen que cumplir las cláusulas predispuestas por el empresario para que se puedan incorporar al contrato, dichos requisitos son:

- Deben tener una redacción concreta, clara y sencilla, de tal forma que el consumidor pueda comprenderlas directamente.
- Accesibilidad y legibilidad⁵⁰, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. Así pues, con este requisito se busca combatir la letra pequeña que tradicionalmente acompañaba a estas cláusulas.
- Tiene que existir buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

⁴⁹ DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Op. Cit.*, p. 52.

⁵⁰ Este requisito fue modificado por la Ley 4/2.022, de 25 de febrero, estableciendo el límite mínimo del tamaño de letra en 2,5 milímetros; el espacio entre líneas no inferior a 1.15 milímetros; o el insuficiente contraste con el fondo que entorpeciese la lectura.

- Por último, para el supuesto del ejercicio de acciones individuales, cualquier duda que surgiese acerca de la interpretación de una cláusula, prevalecerá lo más favorable al consumidor⁵¹.

En otro orden de cosas, el artículo 81 de la LGDCU, establece la obligación a las empresas de facilitar a los órganos competentes, las condiciones generales que pretendan incorporar en su contrato, con el objetivo de analizar por dichos órganos el posible carácter abusivo que podrían llegar a tener. Las cláusulas declaradas como abusivas son nulas de pleno derecho, no generando efectos en el contrato. Sin embargo, el contrato seguirá generando efectos, cuando pueda subsistir sin la existencia de dichas cláusulas⁵².

2. OFERTA

Entendemos la oferta como una declaración de voluntad emitida por una persona, oferente, dirigida a una o hacia una pluralidad de personas, destinatarios, proponiéndoles la celebración de un contrato⁵³. Se entiende que el oferente está obligado por las propias condiciones que establezca en su oferta, durante el periodo que fije. Sin embargo, en caso de ausencia de dicho periodo, la oferta será válida mientras permanezca accesible al destinatario del servicio, pudiendo este último acogerse a ella mientras tenga acceso a la misma⁵⁴.

⁵¹ Aquí nos encontramos con una clara manifestación del principio “*pro consumitore*”, el cual rige en todo el derecho de consumo, a través del cual el ordenamiento se sitúa al lado de la parte débil del contrato, es decir, del consumidor.

⁵² Artículo 83.1 de la LGDCU.

⁵³ DEL PINO DOMINGUEZ CABRERA, M, *El perfeccionamiento del contrato electrónico en la ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico*, pág. 58.

⁵⁴ Artículo 27.3 de la LSSICE.

2.1 Regulación general y específica

En este punto es importante hacer una especial mención al artículo 61.1 de la LGDCU, el cual establece que *“La oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios se ajustarán a su naturaleza, características, utilidad o finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación”*. De igual forma el segundo apartado del mismo precepto establece que *“El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aún cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato”*. Así pues, aquí nos encontramos con una exigencia dirigida al empresario de dar veracidad a lo publicitado, es decir, permite al consumidor exigir el cumplimiento de lo que inicialmente ofertó el empresario.

Así pues, entendemos que la oferta, promoción y publicidad que se realice de cualquier producto será vinculante, por lo que se integrará en el contrato siendo exigible su contenido por tanto por el consumidor. Sin embargo, el propio artículo 61.3 establece ya la excepción a esta regla general, indicando que si en el contrato se recogen condiciones más beneficiosas que las ofertadas, prevalecerán sobre estas últimas⁵⁵.

Para el supuesto de las ofertas telemáticas, el artículo 94 de la citada ley, establece que las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otros medios análogos, le serán aplicables lo recogido en el artículo 61, así como la regulación específica recogida en la LSSICE.

Al hilo de lo expuesto en el párrafo anterior, el artículo 20 de la LSSICE nos indica que *“comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales, y la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan*

⁵⁵ Artículo 61.3 *“No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, estas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad”*.

también deberá ser claramente identificable”. Así pues, en sentido contrario a este precepto, se entiende que están prohibidas las comunicaciones donde se oculta o se elimina la entidad del oferente.

De igual forma queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico, sin que previe la solicitud o autorización de su envío por el destinatario, salvo que existiese una relación contractual previa entre ambos, y los productos ofertados fuesen de similares características ⁵⁶. Pese a ello, el prestador siempre deberá poner a disposición del destinatario, la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos, es decir, dar la opción al destinatario de dejar de recibir dichos correos.

Por último, el artículo 22.2 de citado cuerpo legal, establece que los prestadores de servicios podrán utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, siempre que concurre el consentimiento de estos últimos. Consentimiento, que deberá ser emitido una vez recibida la información clara y completa sobre la utilización del dispositivo.

3. ACEPTACIÓN DE LA OFERTA

A través de la aceptación de la oferta, el destinatario de esta formula una manifestación de conformidad con todo el contenido de la oferta emitida por el oferente, asumiendo la obligación que se recoge en la oferta⁵⁷. Tras la emisión de la aceptación se concluye y perfecciona el contrato, siendo necesario en este punto que el oferente conozca de dicha aceptación.

La LSSICE impone, con carácter general, la obligación al oferente de confirmar la recepción de la aceptación de la oferta. Así pues, se entiende que se ha recibido la

⁵⁶ Artículo 21.1 y 21.2 de la LSSICE.

⁵⁷ DEL PINO DOMINGUEZ CABRERA, M, *El perfeccionamiento del contrato electrónico en la ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico*, pág. 59.

aceptación y su conformidad, cuando ambas partes tengan constancia de ello⁵⁸. En el supuesto, que el oferente confirme la recepción de la aceptación mediante acuse de recibo, se entiende que el destinatario tiene constancia de ello desde el momento en que aquél haya sido almacenado en el servidor en que este dada de alta su cuenta de correo electrónico, o en el dispositivo utilizado para la recepción de comunicaciones.

No será necesaria dicha confirmación cuando se den alguno de los siguientes supuestos:

a) Ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o

b) El contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medios no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.

Así las cosas, en el ámbito que nos ocupa analizar en este trabajo, que no es otro que la protección jurídica del consumidor, siempre será necesario que el oferente confirme al consumidor la recepción de la aceptación de la oferta, pese a que exista un acuerdo entre las partes que no haga necesaria dicha comunicación, como veremos más detalladamente en el título relativo a la información postcontractual.

⁵⁸ Artículo 28 LSSICE.

4. CELEBRACIÓN DEL CONTRATO

4.1 Momento de la perfección

En el ordenamiento español, como ya hemos recogido anteriormente, el consentimiento de los contratantes es requisito fundamental para la celebración del contrato, como se desprende del artículo 1254 del Código Civil⁵⁹. Por otro lado, el artículo 1258 dispone que “*los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento*”, recogiendo el artículo 1261.1 que “*el consentimiento se manifiesta por el concurso de la oferta y la aceptación sobre la cosa y la causa que han de constituir el contrato*”.

Cuando las partes están físicamente presentes en la celebración del contrato, no hay problema para determinar el momento y lugar de perfección del contrato. Sin embargo, en el contrato electrónico las partes están ausentes físicamente, por lo que existe una separación temporal entre la oferta y la aceptación, lo que genera problemas en el momento de la perfección del contrato⁶⁰. Esto no siempre implica que las declaraciones de voluntad de los contratantes se realicen en largos periodos de tiempo, ya que las mismas pueden transmitirse de forma simultánea o en periodos breves de tiempo.

En este punto nos encontramos con diversas teorías sobre el momento de la celebración contractual:

- La teoría de la emisión o declaración, según la cual la perfección se produce cuando el aceptante emite su declaración.
- La teoría de la expedición o remisión, que considera que el momento decisivo debe ser cuando el aceptante se desprende de la aceptación y la pone en camino hacia el oferente.

⁵⁹ “El contrato existe desde que una o varias personas consienten en obligarse, respecto de otra u otras, a dar alguna cosa o prestar algún servicio”.

⁶⁰ OBREGON SIEGMUND, G, “La perfección del contrato en Internet según el ordenamiento jurídico español. Especial referencia al caso de las páginas web” pág. 72 y ss.

- La teoría de la recepción, según la cual el contrato se forma en el momento en que el oferente recibe en su domicilio el mensaje que contiene la aceptación.
- La teoría del conocimiento, según la cual el contrato se perfecciona cuando la aceptación es conocida por el oferente⁶¹.

En el ordenamiento jurídico español, la nueva redacción de los artículos 1264 del Código Civil y 54 del Código de Comercio⁶², establece un nuevo régimen unificado para materia civil y mercantil,:

“Hallándose en lugares distintos el que hizo la oferta y el que la aceptó, hay consentimiento desde que el oferente conoce la aceptación o desde que, habiéndosela remitido el aceptante, no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe.”

Así las cosas, la nueva redacción fija como regla general para la contratación electrónica por medios no automáticos (los correos electrónicos), la teoría del conocimiento para determinar el momento de celebración del contrato a distancia, salvo en los casos que exista mala fe en cuyo caso se acudirá a la teoría de la recepción⁶³.

Por otro lado, la LSSICE, introduce una nueva modificación en el último párrafo de su Disposición Adicional Cuarta, recogiendo que: *“En los contratos celebrados mediante dispositivos automáticos hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación”*. Por tanto, para el supuesto de los contratos electrónicos, existe consentimiento desde el momento que se emite la aceptación, sin necesidad de que el oferente tenga o no conocimiento de dicha aceptación⁶⁴. Así pues, en la contratación

⁶¹ DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Op. Cit.*, p. 54 y ss.

⁶² Reforma introducida por la Disposición Adicional Cuarta de la LSSICE.

⁶³ OBREGON SIEGMUND, G, “La perfección del contrato en Internet según el ordenamiento jurídico español. Especial referencia al caso de las páginas web”, pág. 76 y ss.

⁶⁴ IGLESIAS MARTIN, C, “*PECULIARIDADES DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA*”, Actualidad Iberoamericana, Nº16, febrero, 2.002, pág. 1.314-1.333, y, en especial pág. 1.326 y ss.

electrónica el momento de celebración del contrato se basará en la teoría de la emisión. De esta norma excepcional, se observa una clara intención del legislador de otorgar una especial primacía a la declaración de la aceptación del destinatario frente al conocimiento por parte del oferente, con lo que se busca dotar de una mayor protección al consumidor, el cual normalmente es el adherente a este tipo de contratos⁶⁵.

4.2. Lugar de perfección

El conocimiento del lugar de celebración del contrato es de vital importancia, ya que nos servirá para establecer la competencia judicial y la ley aplicable a efectos de solventar posibles futuras controversias.

A la primera norma que deberemos acudir, como no puede ser de otra forma, será a la regla general recogida en los artículos 1262 del Código Civil y 54 del Código de Comercio, estableciendo que cuando las partes se encuentre en lugares distintos “*se presume celebrado en el lugar en que se hizo la oferta*”. Sin embargo, esta presunción plantea una serie de inconvenientes, en tanto en cuanto los lugares de celebración pueden ser diferentes: el lugar desde que el oferente envía la oferta o la pone en la red, el lugar del domicilio del oferente, o el lugar en que se encuentra el servidor en que se almacena⁶⁶.

Sin embargo, la LSSICE en su artículo 29.1 nos aporta una solución más precisa, determinando que el lugar de celebración del contrato dependerá de la condición que ostente cada parte del contrato:

- Si una de las partes es consumidor final, el lugar será el domicilio o residencia habitual de este mismo. Es importante destacar que aquí no se contempla la

⁶⁵ PARDO GATO, J.R, “*MOMENTO Y LUGAR DE PERFECCIÓN DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS: ELEMENTOS JURÍDICOS DE CONFLICTO EN EL DERECHO CIVIL DEL NUEVO MILENIO*”, Boletín de la Facultad de Derecho, núm. 25, 2.005, pág. 13-47, y, en especial pág. 32 y ss.

⁶⁶ PARDO GATO, J.R, “*MOMENTO Y LUGAR DE PERFECCIÓN DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS: ELEMENTOS JURÍDICOS DE CONFLICTO EN EL DERECHO CIVIL DEL NUEVO MILENIO*”, pág. 36 y ss.

posibilidad de pacto en contrario de las partes, lo que nos hace entender que en estos casos la única posibilidad es que el lugar de celebración concuerde con la residencia o domicilio del consumidor.

- Si el contrato es celebrado entre empresarios o profesionales, en primer término, entenderemos como lugar de celebración el que las partes hayan pactado. En caso de no existencia de pacto, se entenderá celebrado en el lugar que se encuentre establecido el prestador de servicios.

En lo relevante a la elaboración de este trabajo, entenderemos celebrado el contrato en el lugar de domicilio o de residencia del consumidor, no cabiendo pacto en contra, siendo esta solución mucho más favorable para la protección y garantía de los derechos del consumidor.

CAPÍTULO IV. EJECUCIÓN DEL CONTRATO

1. DEBER DE INFORMACIÓN POSTCONTRACTUAL

1.1. Deber de información postcontractual según la LSSICE

Dentro de la normativa sobre contratación electrónica contenida en la LSSICE se incluye la obligación de facilitar información con posterioridad a la celebración del contrato, como se desprende de su propio artículo 28. Señala tal artículo, que el oferente debe confirmar haber recibido la aceptación mediante: el envío de acuse de recibo por correo electrónico u otro medio análogo a la dirección señalada por el destinatario o; por cualquier medio similar al utilizado en el procedimiento de contratación, siempre que dicha confirmación pueda ser archivada por el destinatario⁶⁷. Esta segunda alternativa, facilita el cumplimiento de esta obligación sin necesidad de enviar acuse de recibo, así pues, en supuestos de páginas de internet bastara con que la información se muestre inmediatamente después de terminar el proceso de contratar, siempre que se permita al destinatario archivar dicha información.

Para los casos que la confirmación se realice mediante acuse de recibo, se presume que se tiene constancia desde que el acuse se haya almacenado en el servidor del correo electrónico del destinatario, o en el dispositivo utilizado para la recepción de la comunicación⁶⁸. Con esto se está buscando establecer presunciones para conocer cuando se ha tenido constancia de la confirmación, debido a la gran dificultad que entraña saber cuando el mensaje ha sido recibido y leído.

Esta obligación se impone con carácter general, salvo que concurra alguna de las excepciones que se recogen en el apartado tercero del artículo 28: que ambos contratantes, no siendo ninguno de ellos consumidor, hayan acordado que no sea necesario confirmación o que se trate de un contrato celebrado exclusivamente mediante intercambio de correos electrónicos u otros medios análogos. En el caso que nos ocupa,

⁶⁷ GURRUCHAGA, A. *Protección del consumidor en la compraventa de bienes a través de páginas web según la legislación española tras su adaptación a la normativa europea*, pág. 22 y ss.

⁶⁸ Artículo 28.2 de la LSSICE.

al tratarse de analizar la protección jurídica del consumidor, siempre habrá que comunicar la confirmación de la recepción de la aceptación utilizando alguno de los medios enunciados en párrafos anteriores⁶⁹.

1.2 Deber de información postcontractual en los contratos de consumo

Es el propio artículo 97.2 de la LGDCU, el que recoge que el empresario debe facilitar al consumidor la confirmación del contrato en un soporte duradero y en un plazo razonable tras la celebración del contrato que como máximo será en el momento de entrega de los bienes o antes de iniciar el servicio. En dicha confirmación se deberá incluir: a) toda la información precontractual que el empresario debió facilitar al consumidor, y b) cuando proceda, la confirmación del previo consentimiento expreso del consumidor del conocimiento por su parte de la pérdida del derecho de desistimiento⁷⁰.

Es de interés entender a que se refiere la norma cuando indica que se debe facilitar en un “soporte duradero”, es decir, concretar dicho elemento. Es el considerando 23 de la Directiva 2011/83 sobre los Derechos de los Consumidores⁷¹, la que establece que el soporte duradero debe permitir al consumidor proteger sus derechos durante el tiempo necesario. Además, recoge una lista no cerrada de los medios que serán considerados como soporte duradero, como por ejemplo el papel o DVD.

En este sentido, la doctrina del TJUE, en sentencias como la de 5 de julio de 2012⁷², rechaza que la mera utilización de un enlace a través del cual se pueda acceder a la información sea suficiente para dar cumplimiento a esta obligación, ya que no tendrá la consideración de soporte duradero que hemos recogido en el párrafo anterior.

⁶⁹ DE MIGUEL ASENSIO, P.A, *Op. Cit.*, p. 64.

⁷⁰ GURRUCHAGA, A. *Protección del consumidor en la compraventa de bienes a través de páginas web según la legislación española tras su adaptación a la normativa europea*, pág. 24 y ss.

⁷¹ Considerando 23: *El soporte duradero debe permitir al consumidor guardar la información durante el tiempo necesario para proteger sus intereses derivados de su relación con el comerciante. Dichos soportes deben incluir, en particular, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador así como los correos electrónicos.*

⁷² STJUE de 5 de julio de 2012, Asunto C-49/11, *Content Services*.

2. ENTREGA, ENVÍO Y SUMINISTRO

Tras la derogación de los artículos 29 a 48 de la LCM, las cuales regulaban los aspectos relativos a la ejecución de los contratos a distancia, han pasado a recogerse regulado en la LGDCU. Concretamente, los artículos 109 a 111 de esta última norma, se refieren a la ejecución por parte del empresario.

El empresario deberá ejecutar el contrato, como plazo máximo, en el plazo de 30 días naturales contados desde que se celebró el contrato⁷³, salvo acuerdo contrario de las partes. Así pues, nos encontramos con un plazo dispositivo, por lo que las partes pueden establecer un plazo distinto, inferior o superior, del que establece la norma⁷⁴. Este plazo de ejecución resulta de utilidad para los denominados contratos electrónicos indirectos, es decir, aquellos en el que los bienes comercializados necesitan ser enviados a través de canales tradicionales de distribución. Sin embargo, en los contratos electrónicos directos, donde la comercialización de los bienes se realiza de manera electrónica, este plazo de 30 días resulta excesivo, ya que suele ser posible el cumplimiento inmediato del pedido a través de la Red⁷⁵.

Para el indeseado supuesto, que el empresario no pudiera cumplir con su obligación de ejecutar el contrato por falta de disponibilidad del bien contratado, deberá informar al consumidor acerca de la falta de esta en el menor tiempo posible, antes de superar el plazo pactado por las partes o el legal de 30 días. En este supuesto, el consumidor deberá poder recuperar las cantidades que hubiese abonado en caso de haber realizado pagos por adelantado⁷⁶. Para el supuesto de retraso injustificado del empresario para la devolución de esas cantidades, podrá el consumidor reclamarle el doble de dicha suma, pudiendo añadir la posible indemnización de daños y perjuicios pertinente⁷⁷.

⁷³ Artículo 109 LGDCU

⁷⁴ BOTANA GARCÍA, G.A., *Los contratos electrónicos a la espera de una nueva reforma*, Actualidad civil, La Ley, 2.014, Madrid, pág. 27.

⁷⁵ DE MIGUEL ASENSIO, P.A., *Op. Cit.*, p 76.

⁷⁶ SANCHEZ GOMEZ, A., *Ejecución del contrato*, en *Comentario del texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias*, Cizur Menor, 2.015, pág. 1627 y ss.

⁷⁷ Artículo 110 LGDCU

Pese a lo recogido anteriormente, siempre que el consumidor hubiese sido informado expresamente de tal posibilidad, el empresario tendrá la posibilidad de suministrar otro bien de iguales o superiores características, nunca de inferiores prestaciones. Pese a ello, el consumidor siempre tendrá la opción de resolver el contrato, en idénticos términos que lo enunciado en el párrafo anterior⁷⁸.

⁷⁸ Artículo 111 LGDCU.

CONCLUSIONES

Como consecuencia de los continuos avances tecnológicos que se han ido produciendo a lo largo de los últimos años, los contratos electrónicos están muy presentes en nuestra sociedad. Sin embargo, pese a la gran notoriedad de esta modalidad contractual, hay aspectos que siguen siendo desconocidos para los consumidores, como lo relativo a las obligaciones que generan y los derechos que aparecen para los contratantes.

No se encuentran problemas en nuestro ordenamiento para definir la figura del contrato electrónico, ya que ha sido labor de la propia LSSICE de establecer un concepto extenso capaz de abarcar un gran número de actos jurídicos.

De igual forma, la naturaleza de esta modalidad contractual no difiere de la modalidad tradicional, únicamente presenta ciertas peculiaridades en el medio que se utiliza y los efectos que produce. Así pues, toda la normativa de derecho común obligacional resultara de aplicación para el contrato electrónico, sin perjuicio que también resulte de aplicación la regulación específica que hemos recogido en los capítulos anteriores. Bajo mi punto de vista, este aspecto presenta algunos problemas prácticos ya que en ocasiones es realmente complicado aplicar preceptos que están pensados para contratos físicos a contratos electrónicos, es por eso que el legislador deberá hacer un esfuerzo legislativo mayor para adaptar esas normas tradicionales a los avances tecnológicos de nuestros días.

Como hemos analizado en la redacción de este trabajo, se ha observado el deber de los empresarios que usan medios telemáticos, de informar acerca de la identidad y características del producto, así como hacer saber al consumidor la existencia o no de condiciones generales de la contratación. Sin embargo, aunque tanto el legislador nacional como europeo han desarrollado sus normativas sobre la materia, en mi opinión, determinados puntos resultan insuficientes, requiriendo una regulación mas precisa.

En lo relativo a la contratación electrónica con condiciones generales impuestas por el oferente, existe un evidente desequilibrio entre las partes, que priva al consumidor de cualquier rasgo de libertad contractual. Es por ello, que ante la aparición de este tipo de cláusulas en esta modalidad contractual, debido al carácter novedoso y limitativo de dichas condiciones, resulta exigible de una mayor cautela y revisión sobre el contenido de estas. Pese a que la LCGC parece bastante garantista y protectora ante la aparición de estas cláusulas hay aspectos, en mi opinión, resulta insuficiente. A modo ejemplificativo, la ley no concreta el plazo en el que el predisponente debe facilitar las condiciones generales, o que se entiende por lugar visible para los contratos que no se tengan que formalizar por escrito. Todo ello son conceptos indeterminados, los cuales precisan de una labor de concreción por parte de nuestro legislador.

Sin embargo, pese a la gran cantidad de empresas que promocionan y venden sus productos en Internet, sigue existiendo una cierta desconfianza o temor de los clientes para utilizar este modelo contractual. En gran medida dicho recelo de los consumidores que pretende contratar mediante vías electrónicas, se basa en la desprotección de sus datos personales, ya que como todos sabemos existen terceros capaces de malversar programas o aplicaciones para conseguir dichos datos para su utilización en fines ilícitos. Es por ello, por lo que las empresas deberían priorizar la protección de datos del consumidor frente a la obtención de beneficios, con el fin de aportar más confianza al consumidor al momento de contratar.

Así las cosas, concluimos diciendo que los contratos electrónicos son una realidad en nuestros días, siendo una modalidad con una expansión cada vez más pronunciada. Es por ello, por lo que su regulación tiene que ser más completa y específica, convirtiendo este modelo que en nuestros días genera una gran desconfianza, en un modelo seguro y fiable para todos los consumidores. Así pues, habrá que promover la transparencia, la confianza y la seguridad en línea, fomentando el conocimiento de los consumidores en este ámbito tal relevante en nuestros días.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES DOCTRINALES

- BOTANA GARCÍA, G.A., *Los contratos electrónicos a la espera de una nueva reforma*, Actualidad civil, La Ley, Madrid, 2.014, pág. 27 y ss. (formato electrónico).
- CARRASCO PEREA, A., *Desarrollos futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de Derechos de los Consumidores*, La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores, Cizur Menor, 2.012, p. 314 y ss.
- DE MIGUEL ASENSIO, P.A., *Estudios y Comentarios Legislativos. Derecho Privado de Internet*, Aranzadi, Madrid, 2.015, págs. 18 y ss.
- DEL PINO DOMINGUEZ, M., *El perfeccionamiento del contrato electrónico en la ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico*, Revista de ciencias jurídicas nº8-9, 2.004, pág. 45-68, y, en especial, 50 y ss.
- DIEZ PICAZO, L., *Fundamentos del Derecho Civil Patrimonial*, Civitas, Madrid, 2.012, pág. 155.
- GURRUCHAGA, A., *Protección del consumidor en la compraventa de bienes a través de páginas web según la legislación española tras su adaptación a la normativa europea*, Revista de Derecho Patrimonial num.43/2017, Aranzadi, Vizcaya, 2.017, págs. 1-49, y, en especial pág. 14 y ss.
- IGLESIAS MARTIN, C., *Peculiaridades de la contratación electrónica*, Actualidad Jurídica Iberoamericana, Nº16, febrero, 2.002, pág. 1.314-1.333, y, en especial pág. 1.326 y ss.
- MIRANDA SERRANO, L., *La formación y ejecución del contrato electrónico: aproximación a una realidad negocial emergente*, Córdoba, 2008, págs.77-92, y, en especial, 81 y ss.
- OBREGON SIEGMUND, G., *La perfección del contrato en Internet según el ordenamiento jurídico español. Especial referencia al caso de las páginas web*, en Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política, vol. 3, nº 2, Barcelona, 2.012, págs. 61-87, y, en especial 69 y ss.

- PACANOWSKA, I., *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de la Contratación*, Aranzadi, Murcia, 2.000, pág.1 (formato electrónico)
- PARDO GATO, J.R., *Momento y lugar de perfección de los contratos electrónicos: elementos jurídicos de conflicto en el derecho civil del nuevo milenio*, Boletín de la Facultad de Derecho, núm. 25, 2.005, pág. 13-47, y, en especial pág. 32 y ss.
- PERALES VISCALILLAS, M.P., *Formación del contrato en Comercio Electrónico y protección de los consumidores*”, La Ley, Madrid, 2.001, pág. 408 y ss.
- PLAZA PENADÉS, J, *Los contratos informáticos y electrónicos* en J.R. DE VERDA Y BEAMONTE (coord.), *Derecho Civil II*, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2.021, pág. 563 y ss.
- SANCHEZ GOMEZ, A., *Ejecución del contrato*, en *Comentario del texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias*, Cizur Menor, 2.015, pág. 1627 y ss.
- TOMILLO URBINA, J, *Los consumidores ante las plataformas de intermediación Online: algunas reflexiones*, Lex nº 27, 2.021, pág. 99-132, y, en especial 119 y ss.
- VALBUENA GUTIERREZ, J.A., *Aspectos sobre la seguridad en la contratación electrónica*, en L. ANGUITA VILLANUEVA, M. CUENCA CASAS y J. ORTEGA DOMÉNECH (coords.), *Estudios de derecho Civil*, Dykinson, Madrid, 2.013, pág. 763 y ss.
- VEGA VEGA, J.A., *Teoría del Contrato Electrónico* en *Derecho Mercantil Electrónico*, Reus, Madrid, 2.015, págs. 90-91.

LEGISLACIÓN

Normativa Comunitaria

- Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores. DOCE, núm. 95, de 21 de abril de 1.993.
- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2.000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el contrato electrónico en el mercado interior. DOCE núm. 178, de 17 de julio de 2.000.
- Directiva 2011/83/UE, sobre los derechos de los consumidores. DOUE núm. 304, de 22 de noviembre de 2.001.
- Directiva 2019/2161, por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión. DOUE núm. 328, de 27 de noviembre de 2019.

Normativa Interna

- Código de Comercio, BOE núm. 289, de 16 de abril de 1885
- Código Civil Español, BOE núm. 206, de 25 de julio de 1889.
- Ley 7/ 1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. BOE núm. 15, de 17 de enero de 1996.
- Ley 7/1998, de 14 de abril, de Condiciones Generales de la Contratación. BOE núm. 89, de 14 de abril de 1998.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico. BOE núm. 166, de 12 de julio de 2002.
- Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información. BOE núm. 312, de 29 de diciembre de 2007.
- Ley 3/2014, por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto 1/2007, de 16 de noviembre. BOE núm. 76, de 28 de marzo de 2014.
- Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica. BOE núm. 51, de 1 de marzo de 2022.
- Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el Distintivo Público de Confianza en los Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, así como los Requisitos y el Procedimiento de Concesión. BOE núm. 241, de 8 de octubre de 2005.

OTROS DOCUMENTOS

- DE VERDA Y BEAMONTE, J.R, “El control de transparencia de las condiciones generales de la contratación: el estado actual de la cuestión”. Disponible en: <https://idibe.org/tribuna/control-trasporencia-las-condiciones-generales-la-contratacion-estado-actual-la-cuestion/> (consultado el 18/04/2023)
- Información relativa al Organismo de Confianza Online en <https://www.confianzaonline.es/> (consultada el 19/04/2023)
- Lista de empresas adheridas al Organismo de Confianza Online: <https://www.confianzaonline.es/quienes-somos/empresas-adheridas/> (consultada el 20/04/2023).

JURISPRUDENCIA

- Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 5 de julio de 2012, en el asunto C-49/11, *Content Services*.
- Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 26 de febrero de 2015, en el asunto C-143/13, *Montei*.
- Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 4 de octubre de 2018, en el asunto C-105/17, *Kamenova*.
- Sentencia del Tribunal Supremo (Sala de lo Civil) 1916/2013, de 9 de mayo de 2013, rec. nº 485/2012. Roj: STS 1916/2013 - ECLI:ES:TS:2013:1916.
- Sentencia del Tribunal Supremo (Sala de lo Civil) 367/2016, de 3 de junio de 2016, rec. nº 2121/2014. Roj: STS 2550/2016 - ECLI:ES:TS:2016:2550.

