

1.5. Obligaciones y Contratos

LA CONTRATACIÓN POR INTERNET EN EL MARCO DE UNA SOCIEDAD GLOBALIZADA

por

ROSANA PÉREZ GURREA

Abogada

Doctorando en Derecho

SUMARIO: I. PLANTEAMIENTO.—II. RIESGOS VINCULADOS A LA CONTRATACIÓN EN INTERNET.—III. LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA: 1. CONCEPTO. 2. NORMATIVA JURÍDICA. 3. LA CAPACIDAD DE LAS PARTES CONTRATANTES.—IV. LA PERFECCIÓN DEL CONTRATO: 1. IDEAS PRELIMINARES. 2. MOMENTO DE PERFECCIÓN DEL CONTRATO: A) *La oferta en Internet.* B) *La aceptación en Internet.* C) *Reglas de perfección del contrato.* 3. LUGAR DE CELEBRACIÓN.—V. EJECUCIÓN DEL CONTRATO Y PRUEBA.—VI. LA SEGURIDAD EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA: LA FIRMA ELECTRÓNICA.—VII. BIBLIOGRAFÍA.—VIII. ÍNDICE DE RESOLUCIONES CITADAS.

I. PLANTEAMIENTO

El reciente proceso de globalización ha favorecido la aparición de una nueva concepción de contratación a distancia que se desenvuelven ahora en entornos virtuales abiertos de proyección mundial gracias a Internet y demás tecnologías asociadas.

Asistimos en la sociedad actual a una auténtica revolución tecnológica que encontramos normalmente asociada al ámbito de las telecomunicaciones y de la informática. Las posibilidades abiertas por estas nuevas tecnologías son potencialmente ilimitadas y para describir la transformación producida se ha acuñado una nueva expresión gestada en la Unión Europea y acogida por un texto con rango formal de Ley, *la sociedad de la información* (1).

Ahora podemos contratar la adquisición de bienes y la prestación de servicios desde nuestro ordenador, sin tener que personarnos en ningún establecimiento,

(1) GUISADO MORENO, A., «Con la expresión sociedad de la información se alude a un nuevo modelo socioeconómico y cultural en el que las redes de comunicación de todo tipo —y en concreto Internet— permiten tanto el acceso generalizado a un enorme flujo de información como el intercambio de esta, afectando a todos los ámbitos y facetas de la actividad humana (social, económica, educacional...). Estaríamos, en suma, ante una sociedad capaz de producir, suministrar y consumir grandes cantidades de información, pasando a convertirse la propia información en objeto de tráfico. De ahí que pueda afirmarse que un aspecto social de este nuevo modelo social es que su principal factor productivo pasa a ser la información misma o, lo que es igual el conocimiento, frente a los factores tangibles tradicionales. Se correspondería, por otra parte, con un modelo social con vocación universal, directamente conectado con el fenómeno Internet y el creciente proceso de globalización» en «Formación y perfección del contrato en Internet», Marcial Pons, 2004, págs. 46 y 47.

basta con pulsar una tecla, en esto consiste básicamente la contratación electrónica. Para designar este nuevo tráfico jurídico y económico que surge a través de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación se utiliza la expresión *comercio electrónico*. Al menos desde un punto de vista coloquial se tiende a asociar comercio electrónico con Internet, si bien desde un punto de vista técnico dicha asimilación no es del todo exacta (2).

El comercio electrónico se caracteriza por ser un comercio con vocación internacional y, teniendo en cuenta la configuración de Internet como red abierta que sirve de soporte a un mercado global, las soluciones a nivel normativo han de perseguir ese mismo carácter global y, este es el gran reto que tienen que afrontar los distintos operadores jurídicos y económicos. Ello ha sido resaltado tanto por parte de la doctrina como por parte de diversas instancias tanto nacionales como supranacionales, entre las que destaca la labor llevada a cabo por la Comisión Nacional de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) (3) y en el contexto de la Unión Europea el denominado «Informe Bangemann» de 1994 el cual hace referencia expresa a esta revolución de carácter mundial generada por las tecnologías de la información y las comunicaciones (4).

En la actualidad y, sin desconocer la relevancia del comercio electrónico en otras redes, Internet se configura como la más paradigmática manifestación del comercio electrónico principalmente a través de sus aplicaciones web y correo electrónico. Su configuración como contexto virtual interactivo permite a las partes comunicarse en tiempo real cualquiera que sea su ubicación geográfica abriendo la posibilidad de abordar todo el iter contractual dentro del entorno electrónico interactivo.

La contratación por Internet presenta ventajas entre las que podemos citar la reducción del coste de los productos y servicios y de su precio de adquisición, debido a su carácter global se aumenta el número de productos y servicios lo que genera a favor del adquirente la posibilidad de comparar la calidad y el precio del producto que desea adquirir, la rapidez en el acceso a la información a lo largo de todo el iter contractual y, además permite la celebración de contratos entre partes que no están físicamente presentes (5).

(2) DÍEZ BALLESTEROS, J. A., «Históricamente la primera fase de la expansión y consolidación del comercio electrónico se produjo al margen de Internet a través de redes cerradas, como sucede con el conocido EDI (*electronic data exchange*) o intercambio electrónico de datos. No obstante, no es incorrecto pensar que al menos en lo que afecta a la contratación realizada por consumidores y usuarios, el comercio electrónico se realiza mayoritariamente a través de Internet y de correo electrónico», en *Estudios sobre Consumo*, núm. 85, 2008, pág. 78.

(3) Resolución 51/1962 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, de 16 de diciembre de 1996, Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.

(4) «Europa y la sociedad global de la información: recomendaciones al Consejo Europeo», Bruselas, 26 de mayo de 1994 (Informe Bangemann). En su reunión de diciembre de 1993, celebrada en Bruselas, el Consejo Europeo solicitó que un grupo de personalidades elaborase un informe para su reunión de junio de 1994 sobre las medidas especiales que debían estudiar la Comunidad y los Estados Miembros para el establecimiento de infraestructuras en el ámbito de la información.

(5) Con ello se logra una auténtica «globalización contractual» que no había sido alcanzada mediante el empleo de otros medios de comunicación a distancia. Como señala parte de la doctrina, gracias al uso de Internet se supera el factor «espacio» en la contratación,

Se asienta en un entorno por esencia inmaterial, pese a que el servicio final ofrecido tenga naturaleza material, esta ventaja tiene su razón de ser en la «económicoedad de las infraestructuras» necesarias para el ejercicio del comercio electrónico, lo que posibilita que las pequeñas y medianas empresas puedan actuar en condiciones similares a las grandes (6).

II. RIESGOS VINCULADOS A LA CONTRATACIÓN EN INTERNET

Existen una serie de obstáculos jurídicos que debemos superar para que el comercio electrónico se consolide, entre ellos destaca la desconfianza en los medios de pago, la incertidumbre respecto al tratamiento de los datos personales así como los diferentes aspectos relacionados con la seguridad.

Un problema fundamental en este tipo de contratación a distancia es la seguridad que debe existir en la identificación de las partes contratantes, ya que de ello dependen cuestiones tan importantes como la capacidad contractual, la seriedad en la contratación o la profesionalidad acreditada de las partes que intervienen, siendo necesario distinguir entre partes contratantes en sentido estricto y los que intervienen simplemente como intermediarios.

El segundo riesgo es el inherente a la protección de datos de carácter personal ya que Internet en cuanto red abierta hace posible que todos los datos vertidos sobre ella puedan ser accesibles. Esto afecta a dos aspectos fundamentales de la contratación: el pago mediante tarjeta bancaria a través de la red y la utilización no consentida de los datos personales de los contratantes. En esta materia destaca en el ámbito comunitario, la Directiva 2002/58/CE, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas, que intenta coordinar el derecho a la privacidad de los datos personales y la seguridad en la contratación en Internet.

En la contratación electrónica, sobre todo a través de redes abiertas como Internet, es frecuente la utilización masiva de contratos tipo o contratos estandarizados que incluyen condiciones generales. Como sabemos, estas condiciones generales no se establecen de común acuerdo entre las partes, sino que son predispuestas de forma unilateral por una de ellas, limitándose la otra parte a adherirse a las mismas si quiere contratar el bien o servicio ofertado. En nuestro Derecho las condiciones generales están reguladas por la Ley de Condiciones Generales de la Contratación de 1998 que las define en su artículo 1.1 como «las cláusulas contractuales predispuestas 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». La mencionada LCGC se ha completado por el Reglamento del Registro de Condiciones Generales de la Contratación, aprobado por Real Decreto

entendido en un sentido estrictamente físico, no en un sentido jurídico que se encuentra vinculado a la territorialidad del derecho.

(6) Este ha sido uno de los temas debatidos en el ámbito de la OCDE con el título: «Internet y los rendimientos en las empresas», celebrado en Bélgica el 25 de septiembre de 2001. En esta reunión se pusieron de relieve los beneficios que reporta Internet a las empresas, permitiéndoles intercambiar y comunicar sus informaciones e ideas con la finalidad de hacerlas más eficientes.

1828/1999, de 3 de diciembre, y por el Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, que regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales.

De modo semejante a lo que ocurre en la contratación entre presentes, cuando en la contratación electrónica se utilicen condiciones generales, dichas condiciones han de entenderse incluidas en la oferta de contratación, debiendo ser aceptadas por el cliente (7). Si bien es verdad que, aun cuando las condiciones generales han de entenderse incluidas en la oferta de contratación, dicha inclusión no siempre se hace de una manera directa, ya que la práctica habitual de Internet es que la oferta aparezca en una concreta página web en la que la empresa oferente hace una mención relativa a la existencia de dichas condiciones generales, remitiendo al cliente a través de enlaces a otra página donde aquellas se encuentran insertadas.

Conforme al artículo 5.4 LCGC, en lo que respecta a la incorporación de las condiciones generales al contrato, en caso de contratación telefónica o electrónica, «será necesario que conste en los términos que reglamentariamente se establezcan la aceptación de todas y cada una de las cláusulas del contrato, sin necesidad de firma convencional» exigiéndose que se envíe inmediatamente al consumidor «justificación escrita de la contratación efectuada, donde constarán todos los términos de la misma». Es decir, la LCGC se limita a exigir que conste la aceptación por el adherente de todas y cada una de las condiciones generales y que el predisponente le haga entrega, después de la celebración del contrato de un documento en el que se recojan los términos y condiciones de este y, remite al ulterior desarrollo reglamentario la determinación del modo en que habrá de constar dicha aceptación y habrá de ser remitido ese documento.

Cuando una de las partes contratantes tiene la condición de consumidor, la protección es especialmente reforzada ya que existen una serie de normas tutivas basadas en el principio *pro consumatore ex* artículo 51 de la CE, y en la contratación por Internet la propia red brinda posibilidades para defraudar los derechos de los consumidores y usuarios durante todo el fenómeno contractual. En ocasiones, algunas cuestiones vinculadas a la libre circulación y libre competencia en el sector de las telecomunicaciones pueden chocar con la correcta tutela de los consumidores, estos problemas tratan de ser resueltos por la Directiva 2000/31/CE en materia de comercio electrónico, la cual intenta adaptar y modificar las normas preexistentes en materia de tutela del consumidor en la contratación privada con la finalidad de mejorar su eficacia ante la aplicación de estas nuevas tecnologías.

III. LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

1. CONCEPTO

La Ley de Servicios de la Sociedad de Información y del Comercio Electrónico, de 11 de julio de 2002, regula en su Título IV, la «Contratación por vía

(7) El establecimiento de condiciones generales está amparado, con carácter general, por el principio de libertad contractual tipificado en el artículo 1255 del Código Civil, y de manera más directa y específica por la LCGC de 1998 desarrollada por el Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, sobre contratación telefónica y electrónica mediante condiciones generales, que en algunos de sus puntos ha de considerarse derogado por normas promulgadas con posterioridad, como han señalado cualificados sectores de nuestra doctrina.

electrónica», en concreto en los artículos 23 a 29. Esta Ley, según su Exposición de Motivos, tiene por objeto la incorporación al ordenamiento jurídico de la Directiva 2000/31/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio, relativa a determinados aspectos de los servicios de la sociedad de información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior.

Se entiende por «contrato celebrado por vía electrónica» o «contrato electrónico» todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos conectados a una red de telecomunicaciones (apartado *h*) del Anexo a la Ley. Por lo tanto, lo esencial de esta nueva forma de contratación es el conducto o cauce electrónico a través del cual se emiten las declaraciones de voluntad, incluso deja de tener sentido el empleo de vocablos como verbal o escrito, reemplazados ahora por nuevas formas de expresión de la voluntad electrónicas (8).

La Ley de 11 de julio de 2002 ha sido modificada por la Ley de 28 de diciembre de 2007, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información, cuya finalidad ha sido impulsar la factura electrónica y también el uso de medios electrónicos en todas las fases del proceso de contratación y garantizar una interlocución electrónica de los usuarios y consumidores con los empresarios que prestan servicios de especial importancia económica.

Con la finalidad de completar el deficiente concepto de comercio electrónico tipificado en la LSSICE, la doctrina define la contratación electrónica como aquella modalidad de contratación de bienes y servicios realizada a distancia entre sujetos que pueden o no intervenir con carácter profesional en el tráfico a través de los soportes electrónicos proporcionados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, particularmente Internet como instrumento representativo de la actual revolución tecnológica (9).

Es precisamente lo novedoso de los cauces a través de los cuales se emiten y se trasmiten las declaraciones de voluntad negociales, lo que ha suscitado cierta perplejidad en parte de la doctrina. No ha faltado quién ha subrayado la inadecuación de las viejas categorías dogmáticas y conceptuales del Derecho a esta nueva forma de contratación, viendo en ella el principal obstáculo jurídico para el desarrollo del comercio electrónico y reclamando, por lo tanto, una disciplina jurídica especial para esta nueva realidad negocial. Otros han puesto de manifiesto que en un ordenamiento como el nuestro en el que rige con carácter general el principio de libertad de forma, la contratación electrónica no puede considerarse un fenómeno jurídicamente novedoso, sin perjuicio de sus peculiaridades tanto desde el punto de vista técnico como desde el punto de vista jurídico. En definitiva, como ha señalado BOLÁS (10), la novedad que supone la contratación

(8) Así lo ha entendido el TS en sentencia de 3 de noviembre de 1997: «Estamos asistiendo, en cierto modo, en algunas facetas de la vida, incluso jurídica, al ocaso de la civilización del papel, de la firma manuscrita y del monopolio de la escritura sobre la realidad documental. El documento como objeto corporal que refleja una realidad fáctica con trascendencia jurídica no puede ya identificarse en exclusiva con el papel como soporte ni con la escritura como unidad de significación. El ordenador y los ficheros que en él se almacenan constituyen, hoy en día, una nueva forma de entender la materialidad de los títulos valores y en especial de los documentos mercantiles».

(9) GUISADO MORENO, A., *Formación y perfección del contrato en Internet*, Marcial Pons, Barcelona, 2004, pág. 116.

(10) BOLÁS ALFONSO, V., «Firma electrónica, comercio electrónico y fe pública notarial», en AA.VV., *Notariado y contratación electrónica*, Madrid, 2000.

electrónica no implica alteración de las normas generales de la contratación sino que constituye simplemente un nuevo medio de contratación entre distantes.

2. NORMATIVA JURÍDICA

Con carácter general ya hemos visto que de la contratación electrónica se ocupa la Ley 34/1992, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y del comercio electrónico. El artículo 23.1, párrafo 2.^o dice: «Los contratos electrónicos se rigen por lo dispuesto en este Título IV, por los Código Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles sobre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial».

Como normas específicas se regulan una serie de obligaciones de información previas al inicio del procedimiento de contratación que están directamente relacionadas con el medio de contratación y se refieren a informaciones relativas a los trámites que deben seguirse para celebrar el contrato, entre las que destacan si el prestador va a archivar el documento electrónico en el que se formalice el contrato y si este va a ser accesible, los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de datos y la lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

Las obligaciones de información posteriores están relacionadas con la confirmación de la aceptación del contrato, estableciendo los medios electrónicos a través de los cuales debe hacerse y entendiéndose que se ha recibido la aceptación y su confirmación cuando las partes a que se dirijan puedan tener constancia de ello. De unas y otras obligaciones puede ser dispensado el prestador de los servicios si así lo acuerdan previamente las partes contratantes siempre que ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor.

De manera sectorial, también se ocupa de la contratación electrónica la Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a consumidores, mediante la que se incorpora a nuestro Derecho interno la Directiva comunitaria del mismo nombre.

También interesa destacar que en la medida en que la contratación electrónica representa un caso concreto dentro de la contratación a distancia también queda sometida aunque con ciertos matices a la disciplina jurídica aplicable a esta. El régimen jurídico aplicable a la contratación a distancia también ha experimentado importantes modificaciones que son debidas a la promulgación del Real Decreto-ley 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Hay determinados contratos que quedan excluidos de la contratación por vía electrónica, son los relativos al Derecho de familia y sucesiones. Además los contratos, negocios o actos jurídicos en los que la Ley determine para su validez o para la producción de determinados efectos la forma documental pública o que requieran por Ley la intervención de órganos jurisdiccionales, notarios, registradores de la propiedad y mercantiles o autoridades públicas, se regirán por su legislación específica *ex artículo 23.4 de la Ley 34/2002*.

3. LA CAPACIDAD DE LAS PARTES CONTRATANTES

Es importante analizar si se mantienen los presupuestos relativos a la capacidad para contratar cuando las partes operan en un contexto electrónico, en el que por definición no existen los documentos escritos y las comunicaciones entre las partes se producen dentro de la misma red mediante el envío y recepción de declaraciones electrónicas de contenido negocial.

A priori podemos decir que quién pretende contratar *on line* dirige su mensaje al posible destinatario (11) con varias declaraciones de voluntad negociales encaminadas a la perfección del contrato. A lo largo de todo este iter contractual encontramos una serie de problemas relativos a la correcta identificación de cada uno de los sujetos intervenientes, las circunstancias relativas a la capacidad para contratar y la representación, la concurrencia de impedimentos o limitaciones o la suplantación de personalidad y firmas. Considero que las soluciones que demandan los problemas suscitados en relación con la capacidad de las partes contratantes en el entorno electrónico son similares a las que se aplican en la contratación tradicional, rigiendo las normas generales en materia de capacidad para manifestar el consentimiento contractual de los artículos 1263 y siguientes del Código Civil y, teniendo en cuenta ciertas peculiaridades derivadas del hecho de que los entornos virtuales entrañan mayores dificultades en orden a determinar la efectiva capacidad de las partes así como la posible concurrencia de vicios que pueden invalidar el consentimiento.

A través de la firma electrónica se pueden resolver ciertas dudas en relación con la capacidad de las partes, sobre todo mediante la firma electrónica reconocida, en la medida en que dicho prestador pueda tener acceso al dato de la capacidad de obrar del futuro signatario, podría incluir tal dato en el certificado que expida. Solución que resulta admisible conforme al artículo 11 de la Ley de Firma Electrónica de 2003, donde se prevé la inclusión, además del nombre, apellidos o seudónimo del titular de la firma electrónica, de «cualquier otra circunstancia o atributo específico del firmante en caso de que sea significativo en función del fin del propio certificado y siempre que aquél lo solicite» (12).

IV. LA PERFECCIÓN DEL CONTRATO

1. IDEAS PRELIMINARES

Partiendo de la idea de que la contratación electrónica es una contratación entre ausentes, interesa determinar en qué instante se entiende perfeccionado el contrato y cuál es el lugar en el que se considera concluido a los efectos oportunos.

La importancia de determinar el momento exacto de nacimiento de todo contrato está relacionada con los siguientes aspectos:

(11) Las expresiones «iniciador» y «destinatario» están plenamente consagradas en buena parte de la normativa sobre comercio electrónico como, por ejemplo, la Ley Modelo de UNCITRAL y, se emplean en una acepción amplia para designar a las partes que operan en un entorno electrónico, más allá de que intervengan o no con finalidad negocial.

(12) ILESCAS ORTIZ, R., «Conviene tener en cuenta que el firmante es libre de facilitar al PSC los datos relativos a su capacidad, datos que en todo caso solo habrán de ser comprobados por dicho prestador en el caso de certificados reconocidos», en *Derecho de la Contratación Electrónica*, Madrid, 2009, págs. 273 y sigs.

1. El principal de todos es el hecho de representar el inicio de una relación contractual que une a las partes durante un periodo determinado y que genera obligaciones directamente exigibles por las partes.
2. La ineficacia de los asientos extemporáneos de revocación y retirada de la oferta o de la aceptación por parte de sus autores.
3. La ineficacia de determinadas causas de extinción de las declaraciones contractuales.
4. La transmisión de los riesgos de la cosa al adquirente en aquellos casos en que el contrato que se perfeccione conlleve la transmisión de la propiedad u otro derecho real.
5. La determinación exacta de la ley o norma aplicable en el tiempo en que la relación contractual nace, es decir, la problemática asociada a la aplicación temporal de las normas jurídicas.
6. El momento determinante del inicio del cómputo de determinados plazos para el correcto ejercicio de algunos derechos o acciones, como por ejemplo el derecho del consumidor al desistimiento o a la resolución del contrato a distancia.

De la misma manera resulta importante determinar el lugar exacto en que se entiende concluido el contrato, ya que con ello se determina la ley o norma aplicable espacialmente a la relación contractual originada, así como los usos interpretativos relevantes para subsanar las ambigüedades de los contratos, en definitiva, toda la problemática relativa a la vigencia espacial de las normas jurídicas, el fuero jurisdiccional competente para la resolución de hipotéticas futuras controversias derivadas de la ejecución del contrato perfeccionado así como el lugar en el que deben llevarse a término las prescripciones recogidas en el negocio.

Expuestas estas ideas previas pasamos a analizar el momento y lugar de perfección del contrato.

2. MOMENTO DE PERFECCIÓN DEL CONTRATO

Como sabemos la perfección del contrato determina la existencia jurídica del mismo y, por lo tanto, el nacimiento de derechos y obligaciones que desde ese momento son exigibles para las partes contratantes.

Tanto la oferta como la aceptación presentan particularidades en el entorno virtual, aunque mantienen sus características así como los requisitos necesarios para su validez, que siguen siendo los establecidos en sede de contratación privada. Vamos a examinar cada una de ellas.

A) *La oferta en Internet*

La oferta contractual es una declaración de voluntad emitida por una persona y dirigida a otra u otras, proponiendo la celebración de un determinado contrato. La propuesta contractual se ha de emitir con la intención de obligarse, debe realizarse a conciencia de que obliga contractualmente al oferente, con conocimiento de que va a celebrar el contrato que pretende. Este elemento subjetivo se exige de la misma manera en la contratación por Internet, el oferente ofrece sus productos o servicios a través de la red, la diferencia es que aquí

el elemento de la despersonalización está más acusado que en la contratación presencial (13).

En relación con Internet podemos precisar que no toda oferta comercial de un proveedor hecha en este entorno virtual constituye en rigor una declaración de voluntad negocial, ni siquiera en la modalidad de declaración de voluntad no recepticia, es decir, no dirigida a personas determinadas. En estos supuestos, no cabe deducir en principio ninguna consecuencia jurídica para el oferente, sin perjuicio de que tras los oportunos contactos entre las partes, el contrato llegue a materializarse.

Para que verdaderamente nos encontremos ante una oferta vinculante se requiere que esta contenga determinados datos que se consideran fundamentales, como el precio de los productos, el plazo de duración de la oferta y los demás elementos esenciales del contrato (14). De la misma manera que en los demás medios de contratación, en el caso de contratos electrónicos a través de Internet, la oferta ha de ser completa, precisa y definitiva y, debe revelar inequívocamente el propósito del oferente de vincularse contractualmente.

En los contextos electrónicos y, sobre todo en las redes abiertas como Internet, la oferta contractual puede proceder de cualquiera de las partes, tratándose de contratación electrónica interempresarial, la oferta puede provenir tanto de la empresa prestadora de los bienes y servicios como de la empresa cliente y, ello con independencia de que las partes operen en el entorno web o a través del correo electrónico. Si bien, cuando se trata de páginas web es cuando la oferta plantea especiales problemas, ya que en estos casos la oferta de los productos o servicios no suele ir dirigida a unos destinatarios determinados, a diferencia de lo que ocurre cuando la oferta tiene lugar a través de correo electrónico ya que en estos casos el destinatario está perfectamente identificado.

Si la oferta realizada a través de la página web no contiene el dispositivo técnico de aceptación o la misma es incompleta, no nos encontramos ante una verdadera oferta sino ante una mera invitación a contratar (15).

(13) Carlos MARTÍNEZ DE AGUIRRE habla del elemento de la despersonalización de los consentimientos contractuales en su obra: «Las nuevas coordenadas del Derecho de la Contratación», en *Actualidad Civil*, 14/4, 10 de abril de 1994.

(14) Con relación al plazo de duración, el artículo 27.3 de la LSSICE dice: «Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación específica, las ofertas o propuestas de contratación realizadas por vía electrónica serán válidas durante el periodo que fije el oferente o, en su defecto, durante el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio». Por otro lado, el Convenio de Viena, de 11 de abril de 1980, sobre el Contrato de Compraventa Internacional de Mercaderías, dice en su artículo 14.1 que: «la propuesta de celebrar un contrato, dirigida a una o varias personas determinadas, constituirá oferta si es suficientemente precisa e indica la intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación. Una propuesta es suficientemente precisa si indica las mercaderías y expresa o tácitamente señala la cantidad y el precio o prevé un medio para determinarlos».

(15) Véase CLEMENTE MEORO, M. E. en «Algunas consideraciones sobre la contratación electrónica», en *Revista de Derecho Patrimonial*, núm. 4, 2000, págs. 78 y 79. Es de la misma opinión: ECHEVARRÍA SÁENZ, J. A., en *El comercio electrónico entre empresarios*, Madrid, Edisofer, Libros Jurídicos, 2001, pág. 103, que dice: «Las simples listas de precios, anuncios de productos o servicios o la posesión de una página web, como reclamo publicitario, no significan que exista una oferta en tanto no se especifiquen cuestiones como forma de pago, condiciones de entrega, categorías y clases del producto, plazos de entrega, etc., que permitan una suscripción o aceptación pura o simple de la propuesta, o mientras no se

Por lo que, como señala la doctrina (16), en el caso de páginas web es necesario distinguir entre activas y pasivas. En las primeras la empresa proveedora no se limita a exhibir y publicitar sus productos, sino que promueve la comercialización de los mismos, mientras que las segundas son un espacio o portal de la Red en el que se ubica una oferta genérica que aunque puede llegar a generar ofertas de contratación por parte de la potencial clientela, no constituye en rigor una auténtica oferta ni podemos encuadrarla dentro del concepto legal de publicidad.

Las consecuencias jurídicas que de ello se derivan son distintas en uno y otro caso, ya que mientras en las webs activas la oferta puede producir los efectos jurídicos propios de las declaraciones de voluntad receptivas y, dado su carácter vinculante obligar al oferente a contratar en las condiciones preestablecidas mientras no la revoque, en las de carácter pasivo, la llamada «oferta genérica» implica más que una oferta real una *invitatio ad offerendum*, es decir, invitaciones a los destinatarios a que hagan ofertas que la empresa oferente de los productos podrá aceptar o no. Por lo tanto, tales anuncios no vincularían al oferente por sí solos, sin perjuicio de la posible responsabilidad de este por vulneración de las normas sobre publicidad y competencia desleal.

Por lo tanto, como regla general podemos decir que la existencia de una oferta comercial genérica en una página web, incluyendo el catálogo de productos de una empresa, es una simple actividad de «presencia pública», que no siempre implica una oferta de contrato ni genera ninguna consecuencia jurídica para la empresa en cuestión. No obstante, si el cliente potencial de esta oferta *sui generis* hace el correspondiente pedido electrónico puede generar el proceso de contratación electrónica, dando como resultado si concurre la conformidad de la empresa la efectiva celebración del contrato.

Con relación a las ofertas publicitarias en Internet, hay que dejar claro que la publicidad relativa a un producto o servicio puede ser o no equivalente a una oferta de contrato. Lo será cuando el contenido informativo que aparece en la publicidad haga referencia a todos los elementos esenciales del contrato proyectado, en cuyo caso estamos ante la llamada oferta publicitaria; en otras ocasiones, la publicidad tiene principalmente una función de reclamo y la información que contiene se limita a resaltar las características del producto que inciten al público a contratar, en estos casos la publicidad no puede ser equiparada a la oferta (17).

B) *La aceptación en Internet*

La aceptación de la oferta podemos definirla como una simple manifestación de voluntad por la que el destinatario se muestra conforme con ella. La aceptación en Internet sigue las reglas generales sin perjuicio de ciertas peculiaridades motivadas por la existencia de este entorno virtual. Los requisitos que ha de cumplir la aceptación son los siguientes:

articulen mecanismos en la propia web para completar la información que falta mediante links o acceso a las condiciones generales».

(16) Vid. GUISADO MORENO, A., *Formación y perfección del contrato en Internet*, Marcial Pons, Madrid, 2004, págs. 179 y sigs.

(17) Véase SANTOS MORÓN, «Información precontractual. Forma y prueba del contrato», en BOTANA GARCÍA y RUIZ MUÑOZ (coords.), *Curso sobre protección pública de los consumidores*, Madrid, Mc Graw-Hill, 1999, págs. 139 y 140.

1. La exacta correspondencia entre la oferta y la aceptación, de manera que no queden dudas relativas a la intención de contratar y de hacerlo además en los términos establecidos por el oferente.
2. Ha de ser definitiva, pura y simple, excluyéndose la aceptación condicional y la efectuada con reservas.
3. Ha de consistir en una manifestación recepticia, es decir, dirigida al oferente mediante el procedimiento electrónico establecido. Como consecuencia de las particularidades propias del entorno virtual de Internet, en ocasiones la aceptación se remite al oferente por correo electrónico, en otras basta con hacer «click» en la palabra «Aceptar» o similar visualizada en el ordenador.
4. La aceptación ha de efectuarse dentro del plazo establecido en la oferta, ya que el oferente no queda vinculado una vez que se ha producido la caducidad de esta.
5. La aceptación ha de exteriorizarse, bien mediante declaraciones expresas por correo electrónico, mediante los llamados *Clip-wrap agreements* (manifestaciones de voluntad positiva que se evidencia pulsando un determinado enlace, ícono o botón en el sistema de información del aceptante), o mediante la descarga explícita (*download*) de un programa. La falta de respuesta no equivale a la aceptación, sin perjuicio del significado y eficacia que la ley confiere al silencio. También cabe la aceptación mediante el consentimiento tácito expresado a través de actos concluyentes (*facta concludentia*) (18), que de la misma manera que en la contratación ordinaria también caben en la contratación electrónica a través de Internet.

También es posible que la aceptación se produzca mediante actos de ejecución del contrato ofertado, normalmente mediante el pago del bien o servicio de acuerdo con lo establecido en la Convención de Viena de 1980 (19). El pago por el aceptante equivale a la aceptación, lo cual es válido tanto en el ámbito de la contratación física como en la contratación electrónica y particularmente en los contratos concluidos mediante redes abiertas como Internet.

C) *Reglas de perfección del contrato*

La determinación del momento en que se produce el consentimiento de las partes y nace el contrato no plantea problemas en la contratación entre presentes o entre ausentes que, pese a la distancia geográfica, puedan comunicarse simultáneamente, como ocurre en la contratación vía telefónica, ya que en tales

(18) La jurisprudencia del TS ha señalado reiteradamente que cabe el consentimiento tácito mediante actos concluyentes cuando el comportamiento de las partes permita inducir objetivamente la existencia del consentimiento. Entre otras, SSTS de 14 de marzo de 1989, 22 de diciembre de 1992, 18 de marzo de 1994, 28 de junio de 1993, 19 de diciembre de 1990, 11 de julio de 1994 y 10 de junio de 2005.

(19) Conforme a lo establecido en el artículo 18.3 de la Convención de Viena: «si en virtud de la oferta de prácticas que las partes hayan establecido entre ellas o de los usos, el destinatario puede indicar su asentimiento ejecutando un acto relativo, a la expedición de las mercaderías o al pago del precio, sin comunicación al oferente, la aceptación surtirá efecto en el momento en que se ejecute ese acto....».

supuestos la aceptación oral de la oferta llega inmediatamente al conocimiento del oferente (20).

Por el contrario, la determinación de este momento plantea más dificultades en la contratación por escrito entre personas ausentes ya que en estos casos media un cierto tiempo entre la oferta y la aceptación y el conocimiento de la aceptación por el oferente.

Considero que debemos partir de la idea de que la contratación electrónica es una contratación entre ausentes, ya que los sistemas tecnológicos que se emplean en Internet no proporcionan a los contratantes el mismo grado de inmediatez que se produce en la contratación oral (21).

El artículo 23.1, párrafo 1 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, dice: «Los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico, cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez».

No nos indica la Ley cuándo ha de entenderse prestado el consentimiento, por lo tanto hay que acudir a los artículos 1252 del Código Civil y 54 del Código de Comercio, que dicen: «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 al aceptante no puede ignorarla sin faltar a la buena fe». Por lo tanto, desde que la aceptación llega al equipo electrónico del oferente, hay que entender perfeccionado el contrato, salvo que el oferente acredite la concurrencia de causas justificativas, que sin faltar a la buena fe, pudiesen acreditar la falta de recepción de la aceptación (22).

En cualquier caso, hasta que el acuerdo de voluntades no se produzca y se manifieste mediante el concurso de la oferta y la aceptación sobre la cosa y la causa que han de constituir el contrato no habrá contrato. Habrá un iter negocial, una preparación del contrato mediante discusiones previas que irán fijando las respectivas posturas de las partes. En Internet este proceso de formación suele ser breve en términos cronológicos, lo que no impide que pueda presentar una cierta complejidad, dependiendo del número de ofertas y contraofertas que hayan de intercambiar las partes hasta culminar en ese acuerdo de voluntades que

(20) La STS, de 3 de enero de 1948, dice que la aceptación hecha por teléfono se entiende hecha entre presentes, ya que la distancia entre las partes contratantes es física, pero no temporal. Con esta sentencia se produce la primera quiebra de la dicotomía contratos entre presentes versus contratos entre ausentes, al reconocer que los contratos celebrados por teléfono ponen en contacto inmediato a los contratantes y por lo tanto, no se ajustan bien a la categoría de los contratos entre ausentes. Siguen el mismo criterio las SSTS de 30 de julio de 1996 y de 28 de enero de 2000.

(21) Este es el criterio que sigue nuestra jurisprudencia, la cual establece que los contratos concertados a través del telégrafo, télex, telefax y medios electrónicos, se presume la falta de continuidad de las declaraciones de voluntad de las partes contratantes, entre otras, STS de 31 de mayo de 1993.

(22) La Ley 34/2002 en su Disposición Adicional cuarta modifica los artículos 1262.2 del Código Civil y 54 del Código de Comercio, acabando con las divergencias que en este ámbito se habían producido entre ambos cuerpos legales y reforzando la seguridad jurídica al seguir alternativamente dos teorías: la del conocimiento, pues hay consentimiento «desde que el oferente conoce la aceptación» y la de la recepción, es decir, hay contrato cuando la aceptación llega al círculo de intereses del oferente, aunque este no tenga aún un conocimiento efectivo pero por las reglas de la buena fe, debería haber conocido la aceptación al afirmar que «desde que, habiéndosela remitido el aceptante, no puede ignorarla sin faltar a la buena fe».

determina la perfección del contrato. En definitiva, lo habitual será una serie de declaraciones de voluntad electrónicas de contenido negocial que configuran la llamada fase precontractual o tratos preliminares que las partes irán intercambiando hasta concretar definitivamente los términos del contrato sobre los que han de manifestar su consentimiento.

Por su parte, el artículo 54.2 del Código de Comercio (con una redacción similar a la del art. 1262.3 del Código Civil) establece que: «en los contratos celebrados mediante dispositivos automáticos hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación».

3. LUGAR DE CELEBRACIÓN

Como hemos visto, con la entrada en vigor de la LSSICE, se unifica el criterio dispar contenido hasta entonces en los Códigos Civil y de Comercio. El artículo 29 de la mencionada Ley regula esta materia diciendo: «Los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor se presumirán celebrados en el lugar en que este tenga su residencia habitual. Los contratos electrónicos entre empresarios o profesionales, en defecto de pacto entre las partes, se presumirán celebrados en el lugar en que esté establecido el prestador de servicios».

En definitiva, cuando la relación contractual tenga lugar entre una empresa y el consumidor (el llamado negocio Business to Consumer o B2C) el lugar de celebración del contrato será el lugar de residencia del consumidor.

Por otro lado, cuando la relación contractual tenga lugar entre dos empresas (el llamado negocio Business to Business o B2B), el lugar de celebración del contrato será el lugar de establecimiento del prestador de servicios de la información oferente.

La presunción de la celebración del contrato en la residencia habitual del consumidor es una medida encaminada a proteger más eficazmente ambos derechos.

V. EJECUCIÓN DEL CONTRATO Y PRUEBA

El derecho de desistimiento del cliente en el caso de la contratación electrónica no está regulado expresamente por la LSSICE. No obstante, dado que la contratación electrónica no representa más que un supuesto de contratación a distancia, el cliente contará con el derecho de arrepentimiento que regulan en sus respectivos ámbitos de aplicación, el TRLCU y la LOCM respecto a los contratos a distancia. Por lo tanto, su existencia es debida a la conveniencia de tutelar la libertad de decisión negocial del cliente, permitiéndole reconsiderar su decisión aun después de haber celebrado el contrato y una vez sustraído al especial contexto en que dicho contrato fue celebrado.

Atendiendo a su naturaleza jurídica, considero que nos encontramos ante un verdadero derecho de desistimiento, no se trata de rescisión del contrato ni de resolución de este.

En principio y con carácter general, el cliente dispone de siete días laborables para ejercitar este derecho, dicho plazo se amplía hasta tres meses en caso de que el empresario incumpla las exigencias de información previa, si bien se volverá al plazo general de siete días si en el ínterin el empresario facilita al cliente dicha información. Estos plazos se computan a partir del día de recepción del bien, en

caso de que sea un bien el objeto del contrato o a partir del día de celebración del contrato en caso de que este tenga por objeto la prestación de servicios. Nos encontramos ante plazos de caducidad y no de prescripción de manera que no tienen lugar interrupciones de su transcurso y posteriores reanudaciones.

El ejercicio de este derecho no está sujeto a forma alguna, de manera que en principio podría tener lugar a través de una simple llamada telefónica o de un SMS. Pero considero que la forma más sencilla de hacerlo será la remisión del documento de desistimiento que el empresario ha de facilitar al cliente y que nada impide que circule en soporte electrónico. También cabe el ejercicio de este derecho mediante hechos concluyentes como por ejemplo la devolución del bien objeto del contrato.

Si el consumidor ejerce este derecho, queda desligado del contrato celebrado y su principal consecuencia es la recíproca restitución de las prestaciones realizadas por los contratantes, el cliente ha de devolver el bien y el empresario ha de restituir el precio satisfecho por aquel.

Si el contrato, respecto del que se ejerce el derecho de desistimiento, hubiera sido financiado mediante un crédito concedido al comprador por parte del vendedor o por parte de un tercero, previo acuerdo con el vendedor, el desistimiento por parte del cliente implicará al mismo tiempo la resolución del crédito sin penalización alguna para el comprador.

En cuanto a la prueba de los contratos celebrados por vía electrónica, el artículo 24 de la Ley 34/2002 dice: «La prueba de la celebración de un contrato por vía electrónica y la de las obligaciones que tienen su origen en él se sujetará a las reglas generales del ordenamiento jurídico y, en su caso, a lo establecido en la legislación sobre firma electrónica. En todo caso, el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio como prueba documental». Considero que aún cuando la Ley 34/2002 otorga a estos contratos el mismo valor que a los celebrados por cualquier otro medio, es indudable que la constatación del contenido del contrato y la identidad de las partes contratantes reviste una mayor complejidad técnica en el entorno electrónico que en el tráfico presencial.

VI. LA SEGURIDAD EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA: LA FIRMA ELECTRÓNICA

En el ámbito de la contratación electrónica, uno de los principales problemas que se plantean desde el punto de vista jurídico es el de contar con el equivalente a la firma autógrafa en el ámbito de la contratación escrita y justamente ese es el cometido que resulta encomendado a la firma electrónica, la cual es un instrumento seguro de atribución de la emisión de un mensaje por una persona determinada: el titular de la firma. La firma electrónica fue regulada inicialmente por el Real Decreto Legislativo de 17 de septiembre de 1999, y ha sido objeto de nueva regulación por la Ley 50/2003, de 19 de diciembre, que ha sido a su vez modificada por la Ley de 28 de diciembre de 2007, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.

Como señala la LEF en su artículo 3.1: «La firma electrónica es el conjunto de datos en forma electrónica, consignados junto a otros o asociados a ellos, que pueden ser utilizados como medio de identificación del firmante». Por tanto, con esta expresión designamos el conjunto de datos electrónicos que permiten identificar al autor de una declaración o de un documento realizado por me-

dios electrónicos, del mismo modo que la firma autógrafa permite identificar al firmante y ampara las declaraciones que este efectúe, de la misma manera que esta garantiza la autenticidad, integridad y autoría de un documento electrónico.

La LEF dedica especial atención a la denominada firma electrónica reconocida, la cual, según el artículo 3.4, «tendrá respecto de los datos consignados en forma electrónica el mismo valor que la firma manuscrita en relación con los consignados en papel».

Para que una firma electrónica reciba la consideración de reconocida debe reunir dos requisitos:

1. En primer lugar, ha de tratarse de una firma electrónica avanzada que es aquella que permite identificar al firmante y detectar cualquier cambio ulterior de los datos firmados, que está vinculada al firmante de manera única y a los datos que se refiere y que ha sido creada por medios que el firmante puede mantener bajo su exclusivo control *ex artículo 3.2 LFE*. De manera que estamos ante una firma avanzada cuando los medios para su utilización los mantiene exclusivamente bajo su control el signatario que resulta identificado por medio de la firma.
2. En segundo lugar, ha de tratarse además de una firma reconocida. Recibe tal consideración la firma electrónica avanzada basada en un certificado reconocido y generada mediante un dispositivo seguro de creación de firma. Este certificado reconocido es un documento firmado electrónicamente por un prestador de servicios de certificación que vincula unos datos de verificación de firma a un firmante y confirma su identidad.

En definitiva, se trata de crear una situación de apariencia basada en un sistema de garantías formales y de obligaciones que permite establecer una presunción *iuris tantum* de que un mensaje electrónico ha sido enviado por una persona determinada con las consecuencias que de ello se derivan en orden a su imputación y responsabilidad.

El problema básico consiste en dotar de seguridad a la firma electrónica. En la actualidad, el instrumento técnico adecuado para cumplir con las necesidades de seguridad precisas es el conocido como «firma digital» basado en la utilización de sistemas criptográficos de clave asimétrica.

Debemos indicar también que la prestación de servicios de certificación no está sometida a autorización previa y se realiza en régimen de libre competencia aunque se vincula a un sistema de control y a un régimen de sanciones administrativas. Los prestadores de servicios deben cumplir una serie de obligaciones impuestas en la Ley y están sometidos a determinadas normas especiales de responsabilidad, imponiéndoseles la habilitación de un sistema de garantías mínimas para atender a dicha responsabilidad.

Como novedad de la Ley, destaca la eliminación del Registro de prestadores de servicios de certificación, que ha dado paso al establecimiento de un mero servicio de difusión de información sobre los prestadores que operan en el mercado, las certificaciones de calidad y las características de los productos y servicios con que cuentan para el desarrollo de su actividad.

La DGRN, en Resolución de 8 de octubre de 2005, admite la inscribibilidad de un negocio de compraventa celebrado a distancia mediante remisión telemática de la oferta al Notario autorizante de la escritura de aceptación y traslado por este a soporte a papel. Se presenta en el Registro, en soporte papel copia de escritura de compraventa elaborada de la siguiente forma: un notario autoriza

una escritura de oferta de venta que remite telemáticamente con su certificado de firma electrónica al notario de otro distrito distinto, ante quien se encuentran los aceptantes. Este segundo notario traslada la oferta a soporte papel y la inserta en la escritura de aceptación que él autoriza. Inicialmente la DGRN entiende que más que ante una sola escritura estamos ante dos escrituras, una de oferta de venta y otra de aceptación, comunicada aquella por vía telemática y que unidas perfeccionan un negocio jurídico de compraventa. Este negocio al haberse celebrado automáticamente encaja en el artículo 1262 del Código Civil. La DGRN también considera carentes de apoyo los demás defectos alegados por la Registradora consistentes en que no se haya acreditado que el Notario destinatario de la oferta haya comprobado determinados extremos del certificado de firma electrónica con el que viene signada la escritura de oferta, o en que si el formato electrónico de la copia autorizada electrónica es en soporte *pdf* o *doc* y ello porque lo presentado a calificación es un documento en soporte papel. En cualquier caso y como ya afirmaron las RDGRN, de 13 de septiembre de 2004 y de 11 de noviembre de 2004, a quien compete la apreciación de tales extremos es al Notario destinatario de la copia autorizada electrónica: es él quien asume bajo su responsabilidad las consecuencias inherentes a cualquier error, negligencia o fallo producido en esa comprobación y, por lo tanto, si el notario acreditados tales extremos, entiende que la copia autorizada electrónica que se le ha remitido cumple los requisitos legalmente previstos, deberá proceder a su soporte papel y posterior incorporación a su protocolo (23).

VII. BIBLIOGRAFÍA

- CENDOYA MÉNDEZ DE VIGO, J. M., y MATEU DE ROS, R. (coords.): *Derecho de Internet. Contratación electrónica y firma digital*, ed. Aranzadi, Navarra, 2000.
- DE LA OLIVA SANTOS, A.: «Consideraciones procesales sobre documentos electrónicos y firma electrónica», en *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 687, 2005.
- DÍAZ FRAILE, J. M.: «La documentación electrónica: sus implicaciones jurídicas en el Registro de la Propiedad», en *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 657, 2000.
- DÍEZ BALLESTEROS, J. A.: «Obligaciones precontractuales de información en la contratación electrónica y protección de los consumidores», en *Estudios sobre consumo*, núm. 85, 2008.
- DOMÍNGUEZ LUELMO, A.: «Contratación electrónica y protección de los consumidores: régimen jurídico», en *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 660, 2000.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, R.: *Contratación electrónica: la prestación del consentimiento en Internet*, ed. Bosch, Barcelona, 2001.
- FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A.: «Aspectos fundamentales de la contratación electrónica», en *Comercio Electrónico en Internet* (dirigido por el profesor GÓMEZ SEGADE), ed. Pons, Madrid, 2001.
- GALINDO, F.: «La normativa sobre Internet en España», en *Diario La Ley*, núm. 5235, 2001.
- GARCÍA RUBIO, M.ª P.: «Las condiciones generales en la contratación electrónica», en *Diario La Ley*, núm. 5227, 2001.

(23) Doctrina reiterada en RDGRN de 18 de enero de 2006.

- GARCÍA MÁS, F. J.: «La contratación electrónica: La firma y el documento electrónico», en *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 652, 1999.
- «Análisis de la proposición de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior», en *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 661, 2000.
- «Algunos aspectos de la Ley de servicios de la sociedad de información: el comercio electrónico, un reto de presente y de futuro», en *Revista Jurídica del Notariado*, núm. 55, 2005.
- GUISSADO MORENO, A.: *Formación y perfección del contrato en Internet*» Marcial Pons, Madrid, 2004.
- ILLESCAS ORTIZ, R.: *Derecho de la contratación electrónica*, Civitas, Madrid, 2009.
- MADRID PARRA, A.: *Derecho patrimonial y tecnología*, Marcial Pons, Madrid, 2007.
- MENÉNDEZ MATO, J. C.: *El contrato vía Internet*, J. M. Bosch editor, Barcelona, 2005.
- YÁÑEZ VIVERO, F.: «Algunas reflexiones acerca de la oferta contractual y la publicidad realizada a través del correo electrónico», en *Libro Homenaje al profesor Amorós Guardiola*, Tomo I, ed. Colegio de Registradores, 2006.

VIII. ÍNDICE DE RESOLUCIONES CITADAS

- STS de 3 de enero de 1948.
- STS de 30 de noviembre de 1981.
- STS de 19 de diciembre de 1990.
- STS de 30 de noviembre de 1992.
- STS de 22 de diciembre de 1992.
- STS de 31 de mayo de 1993.
- STS de 28 de junio de 1993.
- STS de 18 de marzo de 1994.
- STS de 11 de julio de 1994.
- STS de 30 de julio de 1996.
- STS de 3 de noviembre de 1997.
- STS de 28 de enero de 2000.
- STS de 10 de julio de 2003.
- STS de 10 de junio de 2005.
- STS de 12 de mayo de 2009.
- STS de 15 de julio de 2010.
- SAP de Sevilla, de 17 de septiembre de 2010.
- RDGRN de 13 de septiembre de 2004.
- RDGRN de 11 de noviembre de 2004.
- RDGRN de 8 de octubre de 2005.
- RDGRN de 18 de enero de 2006.

RESUMEN

CONTRATACIÓN POR INTERNET
SOCIEDAD GLOBALIZADA

ABSTRACT

INTERNET CONTRACTS
GLOBALIZED SOCIETY

El reciente proceso de globalización ha favorecido la aparición de una nueva

The recent globalization process has favoured the appearance of a new

concepción de contratación a distancia que se desenvuelve en entornos virtuales abiertos gracias a Internet y demás tecnologías asociadas. En este trabajo estudiamos las particularidades que presenta la contratación por Internet con respecto a la contratación tradicional, examinamos los riesgos inherentes a dicha contratación analizando su concepto, su normativa jurídica y la capacidad de las partes contratantes.

Partiendo de la idea de que la contratación electrónica es una contratación entre ausentes interesa determinar en qué momento se entiende perfeccionado el contrato y cuál es el lugar en que se considera concluido, analizamos la ejecución del contrato y su prueba, así como la firma electrónica cuyo problema básico consiste en dotar de seguridad a la firma.

concept of distance contracts that take place in virtual environments opened thanks to the Internet and other associated technologies. In this paper we study the special features of contracts made over the Internet in comparison to traditional contracts, we examine the risks inherent in such contracts and we look at the concept of the Internet contract, legislation concerning Internet contracts and the capacity of the parties to the contract.

Starting with the idea that e-contracts are contracts concluded between absent parties, it is a point of interest to ascertain at what point in time and space the contract is understood to be concluded. We look at contract performance and proof thereof, and we discuss electronic signatures, whose basic problem is signature security.

1.6. Responsabilidad Civil

NUEVOS PERFILES DE LA RESPONSABILIDAD PATRIMONIAL DE LOS ENTES LOCALES SEGÚN EL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL: PRUEBA INDIVIDUALIZADA DEL RUIDO, ADOPCIÓN DE MEDIDAS SUFICIENTES POR EL AYUNTAMIENTO Y DOCTRINA DEL TEDH SOBRE INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR EN EL ÁMBITO DOMICILIARIO

por

MARÍA FERNANDA MORETÓN SANZ

Profesora Contratada Doctora

del Departamento de Derecho Civil de la UNED

SUMARIO: I. LA CONTROVERTIDA STC 150/2011: DOS VOTOS PARTICULARES, UNO CONCURRENTE AL FALLO PERO NO A SU ARGUMENTACIÓN, Y OTRO DISCREPANTE TANTO AL FUNDAMENTO COMO AL FALLO, AL QUE SE ADHIEREN DOS MAGISTRADOS MÁS.—II. LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR COMO DERECHO FUNDAMENTAL Y DE LA PERSONALIDAD: EXAMEN DE SU CONTENIDO A LA LUZ DE LAS INMISIONES ACÚSTICAS: 1. EL FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL DE LA PROTECCIÓN CONTRA EL RUIDO, PRINCIPIOS Y DERECHOS IMPLICADOS Y LA NATURALEZA MIXTA DEL RECURSO DE AMPARO RESUELTO POR LA STC 150/2011, DE 29 DE SEPTIEMBRE: DE LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA PROCEDENTE DE LA VÍA PÚBLICA A LAS INMISIONES OCURRIDAS EN EL ESTRICTO ÁMBITO PRIVADO. 2. LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR Y EL CONVENIO EUROPEO PARA LA