

Seguridad

Cuaderno Red de Cátedras Telefónica



Universidad de Salamanca

GUÍA BÁSICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Cátedra Telefónica de la Universidad de Salamanca

Guía con los aspectos fundamentales a tener en cuenta en la contratación electrónica entre empresarios y consumidores que actúen en Internet como proveedores y destinatarios, respectivamente, de bienes y servicios.

Juan Pablo Aparicio Vaquero y Alfredo Batuecas Caletro

Marzo 2011



Juan Pablo Aparicio Vaquero

Profesor Contratado Doctor (Derecho Civil) de la Universidad de Salamanca. Miembro del Grupo de Investigación Reconocido “Derecho y Nuevas Tecnologías”, y profesor visitante en diversas instituciones y universidades extranjeras (Buckingham, en el Reino Unido; UNIDROIT y Università di Venezia, en Italia; Universidad Veracruzana, en México). Imparte habitualmente clases y ponencias en diversos Congresos y Máster españoles y extranjeros sobre temas de protección del consumidor y usuario, comercio electrónico, gestión de negocios en Internet, telecomunicaciones, protección de datos y propiedad intelectual. Autor de varios libros y artículos sobre los citados temas.



Alfredo Batuecas Caletrió

Profesor Contratado Doctor de Derecho Civil en la Universidad de Salamanca, grado que alcanzó con la defensa de la Tesis doctoral "El pago por medios electrónicos". Miembro del Grupo de Investigación Reconocido “Derecho y Nuevas Tecnologías”. Ha realizado estancias de investigación en centros europeos de reconocido prestigio y posee publicaciones en temas relacionados con el Derecho Informático, en general, y con la contratación electrónica; pago electrónico; firma electrónica y protección de datos, en particular. Igualmente, ha impartido conferencias y es profesor en distintos Master y Doctorados, tanto nacionales como extranjeros, sobre los temas anteriormente enumerados.

El Grupo de Investigación “Derecho y Nuevas Tecnologías” (constituído en 1998) incorpora Profesores de las Áreas de Derecho Civil y Mercantil de la Universidad de Salamanca, bajo la dirección de la Prof^a Dr^a Moro Almaraz, cuyo objeto de estudio son los problemas que las nuevas Tecnologías de la Información plantean a la Sociedad, desde el punto de vista jurídico. Ha recibido la mención de Grupo de Investigación Reconocido por la Universidad de Salamanca, en 2005. Interesados en todos los temas relacionados con las Nuevas Tecnologías, en los últimos años los esfuerzos del Grupo se centran en cuestiones de comercio y pago electrónicos, propiedad intelectual, protección de datos, firma electrónica y responsabilidad de proveedores de servicios de la sociedad de la Información. Ha obtenido ayudas a través de diversos proyectos de investigación subvencionados por la Junta de Castilla y León, y colabora con otros grupos de universidades españolas y extranjeras.

Ver: <http://campus.usal.es/~derinfo/Obj/obj.htm>

Índice

1. Normativa de referencia
2. Comerciante
 - 2.1. Obligaciones de información
 - 2.1.1. Cómo debe ofrecerse esa información
 - 2.2. Código de conducta
 - 2.2.1. Cómo funcionan
 - 2.2.2. Qué ventajas tienen
 - 2.3. Las comunicaciones comerciales
 - 2.4. Contratación electrónica y prestación del servicio
 - 2.5. Responsabilidad
 - 2.5.1. La responsabilidad por gestionar foros y enlaces (“servicios de intermediación”)
3. Consumidor
 - 3.1. Sobre seguridad
 - 3.2. Sobre acceso a sitios comerciales
 - 3.3. Sobre la adquisición de bienes y productos
4. Enlaces

Issn: 2174-7628

1. Normativa de referencia

El sujeto que vende productos o presta servicios a través de Internet, si lo hace con ánimo de lucro (ya sea obteniendo dinero directamente de sus clientes, como precio a los bienes y servicios que ofrece, ya sea de forma indirecta, a través de la publicidad o patrocinio de sus páginas) es un Prestador de Servicios de la Sociedad de la Información (PSSI), que queda sometido a las siguientes normas (entre otras):

- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
- Real Decreto Legislativo 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 (TRLGDCU)
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)
- Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de Firma Electrónica (LFE)
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM)
- Ley 7/1998, de 13 de abril, de Condiciones Generales de la Contratación (LCG)

2. Comerciante

Todo comercio o actividad empresarial o profesional realizada a través de Internet por Prestadores de Servicios de la Sociedad de la Información establecidos en España, debe cumplir con ciertas obligaciones que la LSSI le impone, y cuyo fin es garantizar que su actividad se realizará con total transparencia y sometimiento a los controles establecidos por los órganos judiciales y administrativos competentes

2.1. Obligaciones de información

El comerciante o profesional que desarrolla toda o parte de su actividad por Internet debe hacer pública en su página web la siguiente información:

- a. Su *identificación y localización*: nombre o denominación social, datos de inscripción en el Registro Mercantil, NIF, residencia, domicilio o dirección de alguno de sus establecimientos permanentes en España, dirección de correo electrónico o cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa con ellos.
- b. *Datos referentes a la actividad* que desarrollan, tales como los de su autorización administrativa previa (si fuere necesaria para el ejercicio de la actividad), o los relativos

- a la profesión que ejercen, si ésta está regulada (Colegio Profesional, Título académico debidamente homologado...); igualmente, debe hacerse constar una referencia a las normas profesionales que regulan su actividad y los medios, incluidos los electrónicos, por los que éstas se pueden conocer.
- c. Los *códigos de conducta* a los que estén adheridos, en su caso, y la manera de consultarlos electrónicamente.
 - d. *Información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio ofrecido*, con indicación de los gastos de envío, en su caso, y si están o no incluidos los impuestos aplicables.

2.1. 1. ¿Cómo debe ofrecerse esa información?

El titular de la página debe facilitar dicha información en el propio sitio web de forma que el acceso a la misma sea fácil, directo y gratuito. Estos requisitos se cumplen cuando, por ejemplo, se pone en la página inicial (generalmente, y por no perjudicar el aspecto estético, al final de la misma) o, mediante un enlace suficientemente claro e indicativo en dicha página inicial (p. ej., “quiénes somos”), se remite a otra página que contiene la referida información.

La accesibilidad de la información en las condiciones requeridas por la Ley implica poner atención al lugar de colocación de la misma, a que sea fácil acceder a ella, a que los visitantes de la página puedan reconocer la existencia de tal información y a que puedan visualizarla sin que se funda con el fondo de página y a un tamaño legible.

2.2 Códigos de conducta

Los códigos de conducta son normas de autorregulación, autoimpuestas por los integrantes de un sector para regular su propia actuación en el mercado. Salvo ciertas excepciones en que se imponen por ley, son de suscripción voluntaria. Suponen la asunción de una serie de compromisos de actuación frente a los destinatarios de sus productos y servicios: ampliaciones de garantía, mayor rapidez en las entregas o prestaciones, establecimiento de procedimientos de reclamación, etc.

2.2. 1. ¿Cómo funcionan?

Generalmente, una asociación profesional del sector se encarga de su redacción y gestión, permitiendo a los profesionales o comerciantes adherirse al mismo, bien de forma gratuita, bien mediante pago de una cuota. Dicha asociación otorga el “sello” del código a quienes lo suscriban, funcionando dicho sello como distintivo del establecimiento adherido. En ocasiones, la entidad gestora del código dispone también de procedimientos de revisión del grado de cumplimiento del código y, frente a quejas de los usuarios, podría llegar a sancionar y expulsar del mismo al establecimiento incumplidor.

2.2. 2. ¿Qué ventajas tienen?

Ofrecen un valor añadido sobre otros competidores: generan una mayor confianza en los usuarios destinatarios de los bienes y servicios ofrecidos por el comerciante o profesional, ante los compromisos asumidos por éste y respaldados por una organización.

Los códigos obligan al comerciante o profesional adherido a respetar lo que en ellos consta, como compromisos propios, exigibles por los destinatarios de los productos o servicios.

El comerciante o profesional adherido tiene obligación de hacerlo público y permitir que, a través de sus páginas, puedan los usuarios consultar el contenido del código.

2.3 Las comunicaciones comerciales

El comerciante o profesional, conforme a las normas de su profesión, del de la competencia leal y la publicidad no engañosa, así como de lo previsto al respecto en el código de conducta al que esté adherido, puede promocionar su actividad por las formas que estime conveniente en Internet: patrocinio de otras páginas, banners publicitarios, ventanas emergentes... Puede igualmente, en el marco de lo previsto en la LSSI realizar comunicaciones comerciales vía correo electrónico o mensajes sms, siempre que cumpla con los siguientes requisitos:

- Puede realizar comunicaciones comerciales solicitadas o autorizadas expresamente por los destinatarios, en los términos de dicha solicitud o autorización.

- Puede realizar comunicaciones comerciales, salvo manifestación en contra del destinatario, a todos aquellos usuarios con los cuales mantenga relaciones contractuales, siempre que haya obtenido legítimamente sus datos (presumiblemente, en el curso de tales relaciones) y el contenido de la comunicación venga referido a algún producto o servicio de su propia empresa idéntico o similar al que fue objeto de contratación inicial.
- En todo caso, las comunicaciones comerciales tienen que identificarse al comienzo de las mismas como publicidad (incluyendo menciones como “publicidad” o “publi”). Debe, además, informar al destinatario de sus derechos sobre los datos personales que consten en su poder (acceso, rectificación, oposición y cancelación) y darle la posibilidad de negarse a seguir recibiendo publicidad.

No pueden realizarse comunicaciones comerciales no solicitadas (spam). El envío de correos o mensajes publicitarios no solicitados genera responsabilidad e importantes sanciones para el emisor.

El órgano encargado de vigilar, perseguir y sancionar el envío no autorizado de comunicaciones comerciales, con independencia de las autoridades judiciales, es la Agencia Española de Protección de Datos

2.4 Contratación electrónica y prestación de servicio

Cuando un comerciante o profesional ofrezca productos o servicios a través de Internet, sin perjuicio de las que antes hemos hecho referencia, deberá también facilitar de forma previa al proceso de contratación, clara, comprensible e inequívoca, las siguientes informaciones:

- Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato
- Si va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible
- Los medios técnicos que pone a disposición del destinatario para identificar y corregir errores en la introducción de los datos
- La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato
- Las condiciones generales de la contratación. Son las cláusulas del contrato, y deben poder ser consultadas y almacenadas o impresas por el usuario o destinatario de los bienes y servicios, antes de iniciar el proceso de contratación y dar datos personales. Cuando se trate

de contratación a través de dispositivos de pantalla pequeña (teléfonos móviles), basta con indicar una dirección web donde consten dichas condiciones de forma permanente, fácil, directa y exacta.

- Información sobre los derechos que asisten al destinatario en relación con los datos personales que dé durante el proceso de contratación
- Información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío
- Información sobre el derecho de desistimiento del consumidor

Una vez reciba el pedido del cliente, el PSSI debe acusar recibo del mismo, bien por correo electrónico, bien mostrándole una página que aquél pueda guardar o imprimir. A partir de ese momento, y si la ejecución del servicio no es instantánea (p. ej., la descarga de un contenido o el acceso a un servicio), dispone de un plazo de 30 días para ejecutar el contrato, salvo que se haya comprometido en la oferta o por virtud del código de conducta a un plazo inferior (es lo más habitual), el cual deberá respetar.

El comerciante o profesional deberá informar al cliente consumidor de su derecho a desistir del contrato celebrado en el plazo de 7 días desde que recibe la mercancía comprada.

La falta de información sobre este derecho permite ampliar considerablemente ese plazo, además de implicar sanciones administrativas de importante cuantía.

El ejercicio del derecho de desistimiento por el consumidor implica la devolución de la mercancía y del precio pagado, sin penalización ninguna

Algunos productos o servicios, como la prensa diaria, suministro de grabaciones vía electrónica, productos personalizados o realizados conforme a las instrucciones del consumidor, o los contratos de servicios de apuestas y loterías, no son susceptibles de este derecho de desistimiento.

2.5 Responsabilidad

En su actividad en Internet, el comerciante o profesional queda sometido al mismo régimen de responsabilidad (civil, penal y administrativa) que si actuara en el comercio tradicional fuera de línea: es responsable de los contenidos y servicios que presta de forma directa, de que dicha prestación se haga conforme a la ley, a la publicidad y promesas hechas respecto de los productos y servicios, así como con respeto de los derechos de los consumidores y usuarios.

2.5. 1. La responsabilidad por gestionar foros y enlaces

En particular, si el titular del sitio web, sea cual fuere su actividad, ofrece a sus visitantes los servicios de foros, chats o posibilidad de subir enlaces a contenidos ajenos, su responsabilidad por el uso que de tales servicios hagan los usuarios dependerá de:

1. Que tenga conocimiento de que las declaraciones, contenidos o enlaces que han realizado o subido los terceros utilizando sus servicios son ilícitas. Si no le consta la ilegalidad de tales actos, no será responsable por los mismos.
2. Que, conociéndolo, no los retire de forma diligente. Si tiene conocimiento de la ilicitud de tales declaraciones, contenidos o enlaces y los retira rápidamente, no será responsable por los daños que hayan causado (y responderán sólo sus autores, si son identificados).

La responsabilidad para el comerciante o profesional que presta esos servicios de intermediación deriva de su falta de actuación (retirada) ante el conocimiento de los contenidos o declaraciones ilegales de terceros en sus páginas, y puede dar lugar a actuaciones civiles y/o penales.

3. Consumidor

Con el fin de proteger los intereses de los consumidores y usuarios, la normativa aplicable concede determinados derechos a los internautas, los cuales pueden luego convertirse o no en clientes de los servicios; con carácter previo al ejercicio de tales derechos se les reconoce la posibilidad de exigir que le sean suministradas, en la forma prevenida, las informaciones establecidas en la Ley.

3.1. Sobre seguridad

Cuando una persona contrata un servicio de acceso a Internet tiene derecho a recibir información sobre las medidas técnicas de seguridad que los proveedores de acceso o de servicios de correo electrónico hayan implementado en sus sistemas para prevenir la difusión de virus informáticos, los correos no solicitados, y las herramientas de filtrado de contenidos para la protección de la juventud y la infancia.

3.2 Sobre acceso a sitios comerciales

El internauta que entra en sitios web dedicados al comercio o a la promoción de actividades profesionales o empresariales tiene derecho a consultar la información del titular del sitio que establece la LSSI:

- a) Su *identificación y localización*: nombre o denominación social, datos de inscripción en el Registro Mercantil, NIF, residencia, domicilio o dirección de alguno de sus establecimientos permanentes en España, dirección de correo electrónico o cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa con ellos.
- b) Datos *referentes a la actividad que desarrollan*, tales como los de su autorización administrativa previa (si fuere necesaria para el ejercicio de la actividad), o los relativos a la profesión que ejercen, si ésta está regulada (Colegio Profesional, Título académico debidamente homologado...); igualmente, debe hacerse constar una referencia a las normas profesionales que regulan su actividad y los medios, incluidos los electrónicos, por los que éstas se pueden conocer.
- c) Los *códigos de conducta* a los que estén adheridos, en su caso, y la manera de consultarlos electrónicamente.
- d) *Información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio ofrecido*, con indicación de los gastos de envío, en su caso, y si están o no incluidos los impuestos aplicables.

3.3. Sobre la adquisición de bienes y productos

En el caso de que inicie el proceso de adquisición de los productos o disfrute de los servicios ofrecidos, convirtiéndose en cliente, tiene derecho a recibir, además, la siguiente información:

- Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato
- Si el titular del sitio va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible
- Los medios técnicos que el titular del sitio pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos
- La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato
- Las condiciones generales de la contratación. Son las cláusulas del contrato, y deben poder ser consultadas y almacenadas o impresas por el usuario o destinatario de los bienes y servicios, antes de iniciar el proceso de contratación y dar datos personales. Si realiza la operación comercial a través de un teléfono móvil, debe recibir una dirección web a través de la cual pueda consultar dichas condiciones generales de forma fácil, directa, permanente y exacta.
- Información sobre los derechos que asisten al destinatario en relación con los datos personales que dé durante el proceso de contratación. El usuario es titular de sus datos, y sobre ellos tiene derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición. El usuario debe ser informado sobre la existencia de tales derechos y los procedimientos, gratuitos, para hacerlos efectivos frente al establecimiento.
- Información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío
- Información sobre el derecho de desistimiento del consumidor.
- Confirmación de la contratación realizada, bien a través del correo electrónico, bien a través de una página web o aviso en la pantalla del móvil, de forma que pueda ser almacenada.

En el caso de pago con tarjeta, en ningún caso, los comerciantes o profesionales pueden exigir del usuario su PIN o número secreto. Si así lo hicieran, desconfíe: no es un sitio donde convenga comprar.

Además, el cliente consumidor tiene derecho a:

- que el producto o servicio le sea suministrado en el plazo acordado
- que el producto sea conforme con lo contratado. Si presenta defectos o “faltas de conformidad” puede pedir, en la forma prevista por la normativa de consumo, la reparación o sustitución del bien, disminución del precio o resolución del contrato.
- desistimiento: que le sea restituido el precio pagado devolviendo los productos adquiridos (salvo excepciones, como los que se suministren en formato electrónico, prensa, apuestas y loterías) en un plazo de 7 días desde que los recibe en su domicilio, sin penalizaciones, aunque, según los casos, puede verse obligado a pagar los portes de devolución.
- reclamar todo a lo que el comerciante o profesional se haya comprometido mediante su adhesión a un código de conducta.
- ejercitar sus derechos sobre sus datos personales, frente al comerciante o profesional que los recabó, de forma gratuita, sencilla y directa, y, en su caso, ante la Agencia Española de Protección de Datos y los Tribunales: acceso, rectificación, cancelación y oposición.

La protección de los derechos e intereses del internauta-consumidor-usuario comienza por su propia diligencia en su actuación en la Red: entrar en sitios de confianza, comprobar el cumplimiento de las normas de las webs que visita, conocer sus propios derechos, ser prudente en la entrega de sus datos, revisar periódicamente la configuración de seguridad de su ordenador y no almacenar contraseñas en sitios accesibles por terceros, no contestar al spam, ofrecer la menor información posible en redes públicas y navegar con los menores

Con estas pocas precauciones, Internet puede ser tan seguro y fiable como el comercio tradicional.

4. Enlaces

Puede encontrar más información en los siguientes sitios:

- Centro Europeo del Consumidor en España, Portal de la Unión Europea sobre derechos y obligaciones de los usuarios en compras con otros países de la Unión
<http://cec.consumo-inc.es>
- Instituto Nacional de consumo
www.consumo-inc.es
- Portal de Consumo de la Junta de Castilla y León
www.jcyl.es/consumo
- Portal de Seguridad y Privacidad de la Junta de Castilla y León
www.iniciate.es/seguridad
- Observatorio Regional de la Sociedad de la Información de Castilla y León
www.orsi.es
- Agencia Española de Protección de Datos
www.agpd.es
- Confianza on Line
www.confianzaonline.es
- Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM-FECEMD)
www.aecm.org