

O COMERCIO ELECTRÓNICO

O COMERCIO ELECTRÓNICO

QUE É COMERCIO ELECTRÓNICO?

QUE É A CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA?

QUE REQUISITOS DEBE CUMPRIR O CONTRATO PARA QUE SEXA VÁLIDO?

QUE É A FIRMA ELECTRÓNICA?

QUE SON AS COMUNICACIÓNS COMERCIAIS?

QUE REQUISITOS DEBEN CUMPRIR AS COMUNICACIÓNS COMERCIAIS?

PODEN ENVIARSE LIBREMENTE COMUNICACIÓNS COMERCIAIS?

CALES SON AS OBRIGAS DO VENDEDOR?

PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSOAL

OS SISTEMAS DE SEGURIDADE E OS MEDIOS DE PAGO NO COMERCIO ELECTRÓNICO

QUE É COMERCIO ELECTRÓNICO?

Á luz das disposicións legais vixentes, en particular a LSSI e Directiva sobre o comercio electrónico, o comercio electrónico pode definirse como o desenvolvemento de actividades con fins económicos na sociedade da información.

Por tanto, o comercio electrónico comprenderá todas as actividades que directa ou indirectamente e previa, coetánea ou posteriormente conduzan ou poidan conducir á celebración de operacións comerciais.

Este tipo de operacións pode ter unha regulación específica, ademais da Establecida na Directiva sobre o comercio electrónico, por exemplo a Directiva 2002/65/CE do Parlamento Europeo e do Consello, de 23 de setembro de 2002, relativa á comercialización a distancia de servizos financeiros destinados aos consumidores.

Por iso, de maneira destacada a regulación actual, tanto nacional como comunitaria, é extremadamente ampla como para ocuparnos dela nesta guía. Con todo, convén ocuparnos da contratación electrónica e das comunicacións comerciais electrónicas.

QUE É A CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA?

Unha definición xeral permítenos expor a contratación electrónica como aquela celebrada por medios electrónicos. Pero lxicamente debemos delimitar algúns elementos que doten de rigor a comprensión do concepto.

O primeiro é establecer que a contratación electrónica é un tipo de contratación a distancia, en tanto que non toda contratación a distancia poderá reputarse como contratación electrónica. O segundo elemento reside na determinación de que medios son susceptibles de servir para este tipo de contratos. E Finalmente, as características dos suxeitos que interveñen (vendedor e consumidor, por exemplo).

Noutras palabras, estaremos ante un contrato electrónico 1) cando este realícese sen a presenza física simultánea do comprador e do vendedor; 2) cando a oferta e a aceptación da oferta transmítase unicamente por medios electrónicos de tratamento e almacenamento de datos, conectados a unha rede de telecomunicacións; e 3) no marco dun sistema de contratación a distancia organizado polo vendedor.

QUE REQUISITOS DEBE CUMPRIR O CONTRATO PARA QUE SEXA VÁLIDO?

Os contratos celebrados por vía electrónica producirán todos os efectos previstos polo ordenamento xurídico, cando concorran o consentimento e os demais requisitos necesarios para a súa validez. Para que sexa válida a celebración de contratos por vía electrónica non será necesario o previo acordo das partes sobre a utilización de medios electrónicos.

Cando os contratos celebrados por vía electrónica estean asinados electronicamente estarase ao establecido no artigo 3 da Lei 59/2003, de 19 de decembro, de firma electrónica. En todo caso, o soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en xuízo como proba documental.

QUE É A FIRMA ELECTRÓNICA?

A Lei 59/2003, de 19 de decembro, de Firma Electrónica, establece que esta é o conxunto de datos en forma electrónica, consignados xunto a outros ou asociados con eles, que poden ser utilizados como medio de identificación do asinante. Define así mesmo que estaremos ante unha Firma Electrónica Avanzada cando esta permita identificar ao asinante e detectar calquera cambio ulterior dos datos asinados, que está vinculada ao asinante de maneira única e aos datos a que se refire e que foi creada por medios que o asinante pode manter baixo o seu exclusivo control. Finalmente, establece que se considera Firma Electrónica Recoñecida a firma electrónica avanzada baseada nun certificado recoñecido e xerada mediante un dispositivo seguro de creación de firma. A Lei de Firma Electrónica (LFE) estipula que a firma electrónica recoñecida terá respecto dos datos consignados en forma electrónica o mesmo valor que a firma manuscrita en relación cos consignados en papel.

Con este marco, a Lei de Firma Electrónica considera documento electrónico a información de calquera natureza en forma electrónica, arquivada nun soporte electrónico segundo un formato determinado e susceptible de identificación e tratamento diferenciado. E que, ademais de documentos públicos ou de documentos expedidos por funcionarios e asinados electronicamente por funcionarios públicos, seranos tamén os documentos privados, que son os que normalmente se empregarán para operacións de comercio electrónico. Por iso, a mesma LFE establece que os

documentos electrónicos terán o valor e a eficacia xurídica que corresponda á súa respectiva natureza, de conformidade coa lexislación que lles resulte aplicable.

Con todo, para poder asinar documentos electrónicos debemos estar en posesión dun certificado electrónico, que é un documento asinado electronicamente por un prestador de servizos de certificación que vincula uns datos de verificación de firma a un asinante e confirma a súa identidade. O asinante é a persoa que posúe un dispositivo de creación de firma e que actúa en nome propio ou en nome dunha persoa física ou xurídica á que representa.

Ademais dos Certificados recoñecidos pola LFE, e que podemos coñecer máis en profundidade no sitio web da FNMT (<http://www.cert.fnmt.es/>), podemos atopar unha serie de certificados emitidos por entidades privadas, que se empregan para transaccións no ámbito privado e comercial (véxase, por exemplo, <http://www.verisign.es/products-services/index.html>).

QUE SON AS COMUNICACIÓNS COMERCIAIS?

A Directiva sobre o comercio electrónico define como comunicación comercial todas as formas de comunicación destinadas a proporcionar directa ou indirectamente bens, servizos ou a imaxe dunha empresa, organización ou persoa cunha actividade comercial, industrial, artesanal ou de profesións reguladas.

Non se consideran comunicacións comerciais en si mesmas os datos que permiten acceder directamente á actividade da devandita empresa, organización ou persoa e, concretamente o nome de dominio ou a dirección de correo electrónico, nin as comunicacións relativas aos bens, servizos ou á imaxe da devandita empresa, organización ou persoa, elaboradas de forma independente dela, en particular cando estes realízanse sen contrapartida económica.

A LSSI establece que as comunicacións comerciais e as ofertas promocionais rexeranse, ademais de por a presente Lei, pola súa normativa propia e a vixente en materia comercial e de publicidade.

QUE REQUISITOS DEBEN CUMPRIR AS COMUNICACIÓNS COMERCIAIS?

As comunicacións comerciais realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales e a persoa física ou xurídica en nome da cal se realizan tamén deberá ser claramente identificable.

PODEN ENVIARSE LIBREMENTE COMUNICACIÓNS COMERCIAIS?

Está prohibido o envío de comunicacións publicitarias ou promocionais por correo electrónico ou outro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente non fosen solicitadas ou expresamente autorizadas polos destinatarios das mesmas.

Exímese desta obriga se existe unha relación contractual previa, sempre que o prestador obtivese de forma lícita os datos de contacto do destinatario e empregáseos para o envío de comunicacións comerciais referentes a produtos ou servizos da súa propia empresa que sexan similares aos que inicialmente foron obxecto de contratación co cliente. En todo caso, o prestador deberá ofrecer ao destinatario a posibilidade de oporse ao tratamento dos seus datos con fins promocionais mediante un procedemento sinxelo e gratuito, tanto no momento de recollida dos datos como en cada unha das comunicacións comerciais que lle dirixa.

Desta forma o "Spam" ou "correo lixo", refírese ás mensaxes electrónicas non solicitados nin desexados, que poden transmitirse por correo electrónico, SMS ou MMS, e en xeral por calquera medio equivalente.

CALES SON AS OBRIGAS DO VENDEDOR?

Como xa vimos, o sistema de contratación a distancia debe estar organizado polo vendedor.

Por iso, previamente ao contrato, ademais dos requisitos en materia de información que se establecen na normativa vixente, o prestador de servizos da sociedade da información debe pór a disposición do destinatario, antes de iniciar o procedemento de contratación e mediante técnicas adecuadas ao medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil e gratuíta, información clara, comprensible e inequívoca sobre os seguintes extremos:

- a) Os distintos trámites que deben seguirse para celebrar o contrato.
- b) Se o prestador vai archivar o documento electrónico en que se formalice o contrato e se este vai ser accesible.
- c) Os medios técnicos que pon á súa disposición para identificar e corrixir erros na introdución dos datos, e
- d) A lingua ou linguas en que poderá formalizarse o contrato.

O prestador non terá a obriga de facilitar a información sinalada no apartado anterior cando:

- a) Ambos os contratantes así o acorden e ningún deles teña a consideración de consumidor, ou
- b) O contrato celébrase exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico ou outro tipo de comunicación electrónica equivalente.

Posteriormente á celebración do contrato, o oferente está obrigado a confirmar a recepción da aceptación.

PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSOAL

Como se pode deducir facilmente polo exposto, o prestador de servizos que desenvolve actividades económicas en internet, ben sexan só publicitarias ou ben de contratación electrónica, pode ter acceso a datos de carácter persoal, cuxo uso debe limitarse ao fin para o que foron facilitados. O uso da devandita información encóntrase regulado na Lei Orgánica 15/1999, de 13 de decembro, de Protección de Datos de Carácter Persoal, polo que todo comerciante que desenvolva comercio electrónico debe ter en conta as súas disposicións (para ampliar esta información, pode visitarse o sitio web da Axencia Española de Protección de Datos, <http://www.agpd.es>).

Esta norma obríganos, por exemplo, a realizar a inscrición de ficheiros, os que a LPD define como 'todo conxunto organizado de datos de carácter persoal, calquera que for a forma ou modalidade da súa creación, almacenamento, organización e acceso'. Un ficheiro pode ser unha axenda de contactos de Outlook, por exemplo. A AEPD, ten entre outras funcións tutelar os dereitos e garantías dos abonados e usuarios no ámbito das comunicacións electrónicas, incluíndo o envío de comunicacións comerciais non solicitadas realizadas a través de correo electrónico ou medios de comunicación electrónica equivalente.

OS SISTEMAS DE SEGURIDADE E OS MEDIOS DE PAGO NO COMERCIO ELECTRÓNICO

Un último aspecto que convén ter en conta no comercio electrónico é o relativo a sistemas de seguridade e os medios de pago electrónicos. É evidentemente que neste punto podemos estar ante información de carácter económico altamente sensible, polo que debemos elixir adecuadamente os medios de cobro (no caso do vendedor) e os medios de pago (no caso do comprador). O vendedor, que organiza o sistema de vendas electrónico, debe garantir que a información que se transmite mantén a confidencialidade, autenticidade, integridade e non pode ser refutada en ambos sentidos.

Un vendedor só terá a certeza de que o cobro do produto vendido ou servizo prestado non será rexeitado polo comprador se emprega un método seguro de pago, xa que, aínda que pode resultar un ilícito por parte do comprador, este pode revogar un cargo na súa conta se a transacción non resulta irrefutable (cede o principio de non repudio). Doutra banda, os consumidores deben asumir o risco que leva realizar operacións a través de plataformas non seguras. Un exemplo de medio de pago seguro, témolo no sistema 3D Secure, que require unha clave adicional que unicamente posúe o titular, o que lle brinda seguridade na transacción pero non lle permite repudiar o pago.

Como sabemos, o pago no comercio electrónico non sempre é inmediato (en liña), senón que pode admitir pagos diferidos. Así, entre os medios de pago, podemos citar o pago contra reembolso, xiro postal ou telegráfico, o cargo en conta ou domiciliación bancaria, así como o pago mediante tarxeta de crédito ou de débito, plataforma segura de pago ou TPV virtual, o Cybercash Wallet: (PayPal) ou o First Virtual.

Ficha actualizada a xuño de 2010