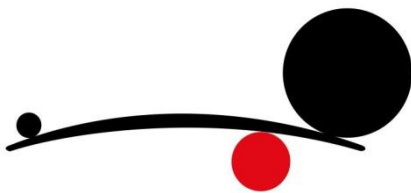


KONTSUMO KONTRATU ELEKTRONIKOAREN PERFEKZIONAMENDUA

Zuzenbideko gradu-amaierako lana. 2014/2015 ikasturtea

Egilea: Leire Gorrotxategi Epelde

Zuzendaria: Igone Altzelai Uliondo



Zuzenbide Fakultatea
Facultad de Derecho



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

KONTSUMO KONTRATU ELEKTRONIKOAREN

PERFEKZIONAMENDUA

Leire Gorrotxategi Epelde

Laburpena:

Lan honetan merkataritza elektronikoaren eremuan enpresari eta kontsumitzaileen artean burutzen diren kontratuen eraketa eta perfektzionamendua aztertuko ditugu. Horretarako, espainiar zuzenbidea hartuko dugu ardatz moduan, baina aipamen ugari eginez Europar Batasuneko araudiari zein nazioarteko araei. Kontratuaren perfektzionamendura iritsi arteko faseak, perfektzionamendua bera eta onarpena jaso izanaren adierazpena aztertuko ditugu nagusiki. Horrez gain, atzera egiteko eskubideari aipamen berezia ere egingo zaio.

Hitz-gakoak: kontratazio elektronikoa, kontsumitzailea, perfektzionamendua, urrunetik egindako kontratazioa.

Resumen:

Este trabajo analiza la formación y el perfeccionamiento de los contratos electrónicos celebrados entre consumidores y empresarios. Para ello, nuestro examen se centrará en la legislación española sobre esta materia, teniendo también presente tanto la regulación de la Unión Europea como la internacional. Así, analizaremos las fases que preceden a la perfección, el perfeccionamiento y la confirmación de la aceptación. Finalmente, tendrá mención especial el derecho de desistimiento.

Palabras clave: contratación electrónica, consumidor, perfeccionamiento, contratación a distancia.

Abstract:

This paper analyses the formation and perfection of the electronic contracts between consumers and traders. For that purpose, we will focus on the Spanish

regulation on electronic commerce, but also special attention is paid to the European Union Law as well as to the international legal framework. Mainly, it exposes the phases that precede the contract formation, the perfection of the contract and the acknowledgment of receipt. Finally, the right of withdrawal is particularly mentioned.

Keywords: electronic contracting, consumer, contract perfection, distance contracting.

AURKIBIDEA

I. SARRERA	5
II. MERKATARITZA ELEKTRONIKOA ETA KONTRATAZIO ELEKTRONIKOA: KONTZEPTUAK	7
III. ERAENTZA JURIDIKOA	9
1. NAZIOARTEKO ARAUAK	11
2. EUROPAR BATASUNeko ARAUDIA.....	14
3. ESPAINIAKO ARAUDIA	16
IV. KONTRATUAREN ERAKETA	17
1. KONTRATU ELEKTRONIKOAREN BALIOA.....	17
2. KONTRATUAREN FORMA BETEKIZUNAK	18
3. ESKAINTZA ETA ESKAINTZAK JASOTZEKO GONBIDAPENA.....	20
A. Nazioarte mailan.....	20
B. Espainia mailan	22
C. Publizitatearen edukiari aipamen berezia	24
4. ENPRESARIAREN OBLIGAZIO FORMALA: KONTRATU AURREKO INFORMAZIOA	25
A. Informazioa emateko obligazioa	27
B. Salbuespenak eta kasu bereziak.....	28
C. Kontsumitzaileenganako babes berezia.....	29
5. KONTRATUAREN PERFEKZIONAMENDU UNEA ZEHAZTEA	34
6. ONARPENA JASO IZANA ADIERAZTEA.....	38
V. ATZERA EGITEKO ESKUBIDEA	41
1. NOLA EGIKARITU ESKUBIDEA	43
2. ATZERA EGITEAREN EFEKTUAK	45
VI. ONDORIOAK	47
VII. BIBLIOGRAFIA	50
VIII. ERREGULAZIOA	54
IX. JURISPRUDENTZIA	55

Leire Gorrotxategi Epelde

Donostia, 2015eko ekainaren 15a

Zuzenbideko gradu-amaierako lana. 2014/2015 ikasturtea

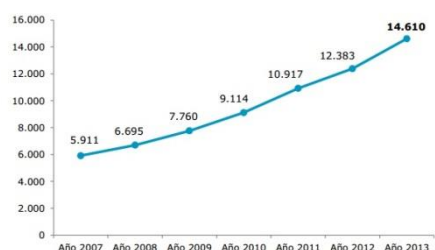
KONTSUMO KONTRATU ELEKTRONIKOAREN PERFEKZIONAMENDUA

I. SARRERA

Azken urteetan, informatikaren eta teknologia berrien garapenak aldaketa esanguratsuak eragin ditu gizartean. Esan daiteke, “informazioaren gizarte” moduan ezagutzen dena bilakatu garela¹. Horrek eguneroko bizitzako hainbat alorretan izan du eragina, eta jakina baita kontratatze moduan ere. Horrela, ezin uka daiteke merkataritza elektronikoa egungo gizartean barneratu dela.

Datuek ere hala erakusten dute, merkataritza elektronikoa (*e-commerce* izenez

FIGURA 1. VOLUMEN DE COMERCIO ELECTRÓNICO B2C (MILLONES DE EUROS)



ere ezaguna) geroz eta paper garrantzitsuagoa du herritarren kontratatze moduan. Urtez urte, enpresari eta kontsumitzaileen arteko kontratu elektronikoen salmenta bolumena igotzen ari da. Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la

Información (ONTSI) erakundeak egindako ikerketa lanak argi erakusten du zein den joera. 2007 eta 2013 urte bitartean, etengabe hazi da kontsumitzaileek Internet bidez egiten dituzten erosketen bolumena.² Datu jakingarri moduan, 2013an %18ko hazkundea jasan zuen sektore honek espainiar estatuan, 14.610 milioi euro fakturatzera

¹ GÓMEZ SEGADÉ, J.A. “El comercio electrónico en la sociedad de la información”. GÓMEZ SEGADÉ, J.A. (Dir.), FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., TATO PLAZA, A. (Coords.) *Comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons, Madrid. 2001. 21-25 or.

² ONTSI (Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información). *Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2013*. 2014ko edizioa. 9 or.

iristeraino. Batez bestekoa eginez, horrek esan nahi du Interneteko erabiltzaile bakoitzak 848€ gastatu zituela 2013 urtean internet bidezko erosketak egiten.

Izan ere, kontratazio elektronikoak hainbat abantaila dakartza berekin kontsumitzaile eta erabiltzaileentzat. Hauen artean aipagarrienak erosotasuna eta azkartasuna dira. Kontratatzeko modu honek produktuak eta zerbitzuak eskuratzea ahalbidetzen du inora mugitu beharrik gabe, urteko 365 egunetan 24 orduz. Hots, kontsumitzailea ez dago mugatua establezimenduen ordutegietara.

Gainera, modu erraz eta erosoan ikuskatu daitezke eskaintzen diren produktuak eta hauen inguruko informazioa alderatu. Horretarako, norberaren ordenagailuko pantailan enpresek jarritako irudi eta datuak begiratu besterik ez baita egin behar; eta sarritan, konparatzeko lan hori errazten diguten bilatzaileak ere izango ditugu.

Horrez gain, interneten izaera globala medio, produktu antzekoen eskaintza zabalagoa eskuratu dezakegu, munduko hainbat herrialdetan kokatuta dauden enpresen eskutik. Modu honetan, kontsumitzaileak bere beharretara hobekien egokitzen den produktua bilatzeko aukera handiagoa izango du.

Bestetik, enpresariarentzat ere abantailatsua izan daiteke kontratatze modu berri hau, kontratazio modu tradizionalaren alboan. Horren adierazgarri da, geroz eta enpresa gehiagok eskaintzen dituztela beren salgaiak eta zerbitzuak sarean. Honi dagokionez, hiru abantaila nagusi azpimarratuko genituzke.³ Alde batetik, enpresariari banaketa kostuak asko aurrezteko ahalbidetzen dio, publikoari irekitako establezimendu gabe eta bitartekari gabe jarduteko aukera ematen baitio. Bestetik, erosle izan daitezkeenei informazioa helaraztea ia gasturik gabe egin daiteke. Informazio hori sarean eskuragarri jartzea, web orri bat sortuz, dohainik baita printzipioz. Azkenik, internet muga geografikorik ez duen eremua izaterakoan, eskaintza publiko zabalagoarengana iritsi daiteke. Horrela, kontratuak gauzatu daitezke lurralde desberdinetan dauden alderdien artean.

Orain artean abantailaiei buruz jardun bagara ere, ezin dugu ahaztu kontratatze teknika honek bereak dituen desabantaila edo arriskuak. Zalantzarik gabe, kontratazio elektronikoaren eragozpen nagusia segurtasun falta da. Gainera, arrisku horiek oraindik

³ NÚÑEZ ZORRILLA, M.C. “Análisis de algunos aspectos de la compraventa europea de consumo de bienes celebrada por medios electrónicos”. *Revista General de Derecho Europeo* 34, 2014, 5 or.

nabarmenagoak dira kontratuko alderdiak estatu desberdinetakoak direnean. Hori dela eta, herritar askok ez dituzte kontratazio elektronikoaren onurak aprobetxatzen sistemarenganako duten konfiantza faltagatik.

Konfiantza falta hau eragiten duten arazo batzuk aipatzearen honakoak izan daitezke: jasotzen den produktua ez izatea espero zen bezalakoa, beste alderdia lokalizatzeko zailtasunak, gauzaren itzulketa edo dirua erreklamatzean sor daitezkeenak edota ordainketaren kargua gauzaren entrega jaso aurretik egitea.

Errealitate hau abiapuntutzat hartuta, Gradu amaierako lan honen funtsa kontsumitzaile eta enpresarien artean burutzen diren kontratu elektronikoen inguruko azterketa egitea da, ardatz moduan hartuz bere berezitasunak eta indarrean dagoen araudiak kontsumitzaileen babeserako eskaintzen dituen neurriak.

Bereziki, kontratu elektronikoen eraketa edo perfektzionamenduaren gaia jorratuko dugu, kontratua sortu bitartean ematen diren fase guztiak aztertuz, hasierako eskaintzatik hasi eta onarpenaren berrespenera iristeko egin beharreko bide guztia jarraituz. Horrez gain, lanaren amaieran aipamen berezia egingo zaio atzera egiteko eskubideari gai honek kontratazio elektronikoaren eremuan duen garrantzia alboratu ezinik.

II. MERKATARITZA ELEKTRONIKOA ETA KONTRATAZIO ELEKTRONIKOA: KONTZEPTUAK

Gaian sakontzen hasi aurretik, komenigarria litzateke merkataritza elektronikoaren kontzeptuak zertan datzan argitzea. Sarritan merkataritza elektronikoa eta kontratazio elektronikoa sinonimo moduan erabiltzen badira ere, kontzeptu desberdinen aurrean gaude. Kontratazio elektronikoa merkataritza elektronikoaren baitan kokatzen den modalitatea denez gero.

Doktrinaren gehiengoak kontratazio elektronikoa gisa ulertzen du elementu elektronikoez baliatuz gauzatzen den hura. Hau da, ez da kontuan hartzen kontratuaren izaera juridikoa (salerosketa, alokairua...), ez eta kontratuaren objektua (eskubideak eta ondasunak). Baizik eta kontuan hartzen da, kontratuko borondate deklarazioak egiteko lengoia elektronikoa erabili izana, eta ez kontratazio modu tradizionalen erabiltzen

diren ahozko eta idatzizko forma.⁴ Beste modu batean esanda, negozioko borondate deklarazioak (eskaintza eta onarpena) bide elektronikoa erabiliz gauzatzen dira,⁵ eta hori da elementu bereizgarriena.

Internet bidez sortzen diren kontratu horiek kontratu elektronikoa izena jasotzen dute, baina beste esapide batzuk ere erabili ohi dira, hala nola, kontratu digitala edo *online* kontratua.

Argitu nahi nuke, kontzeptuak maiz nahasten direnez gero, kontratu elektronikoa eta kontratu informatikoa ez direla gauza bera. Kontratu informatikoa ordenagailu programak, softwareen erabilerarako lizentziak, autore eskubideen lagapenak e.a. objektu dituzten kontratuak dira. Jakina, produktu hauek ere kontratatu daitezke elektronikoki, beste edozein ondasun edo zerbitzu bezala, baina bata ez dago lotuta bestearekin.

Gainera, kontratazio elektronikoa ordenagailuaren erabilerarekin lotzen badugu ere, teknologia berrien etengabeko garapena dela eta, kontzeptu honen barruan ulertu behar dugu, hala, telefono mugikorra erabiliz gauzatzen dena (*M-Commerce*), nola, telebistako pantailaren bitartez egiten dena (*T-Commerce*).⁶

Esan bezala, merkataritza elektronikoa kontzeptu zabalagoa da. Bere baitan biltzen ditu, kontratuaz aparte, kontratazioaren aurretik eta ondoren burutzen diren aktibitateak ere, esaterako, publizitatea.⁷ Lan honi dagokionez, merkataritza elektronikoa aztertuko dugu, kontratua burutzen den momentua soilik jorratzera mugatu gabe.

Kontratazio elektronikora itzuliz, bere ezaugarri nagusienetarikoa da alderdien aldibereko presentzia fisikoaren falta. Bestetik, bigarren ezaugarri bereizgarria, kontratua egiteko bide elektronikoen erabilera da. Hortaz, bi ezaugarri hauetatik

⁴ LÓPEZ JIMÉNEZ, D. “El derecho de desistimiento en el ámbito de la contratación electrónica”. *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil* 18, 2009. 2 or.

⁵ LÓPEZ BELTRÁN DE HEREDIA, C. “Contratos electrónicos anulables”. *Revista Aranzadi de Derecho y Nuevas Tecnologías* 21, 2009. 4 or.

⁶ FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario de comercio electrónico”. PORTO CORTÉS, A. (Coor.) *Manual de Derecho de Consumo*. Lex Nova, Valladolid. 2013. 2 or.

⁷ *Op. Cit.* GÓMEZ SEGADE, J.A. “El comercio electrónico en la sociedad...”. 27 or.

eratortzen dira merkataritza elektronikoaren onurak eta arazoak, jarraian aztertuz joango garen moduan.⁸

Egia esan, guk kontratazio elektronikoaren sorrera Interneten garapen eta hedapenarekin lotu ohi badugu ere, bere hastapenak lehenagokoak dira. Datuen hartu-eman elektronikoa ordenagailuen artean eta komunikazio elektronikoaren erabilera nazioarteko negozioetan ez zen Interneten eskutik iritsi. Hasiera batean, fondoan transferentzia elektronikoak eta kapital eta balore merkatuetan erabiltzen zen. Baina aipatutako hauek, sare itxiak ziren.⁹

Hori dela eta, sare itxi horietan harremanak partaide kopuru mugatu baten artean garatzen dira, eta sistema kontrolatu edo osatzen duten kideek aurrez ezarritako erregelen arabera funtzionatzen du. Ezaugarri horiek medio, nahiz eta kontratazioa bitarteko telematikoen bidez burutu, eremu seguru batean gertatzen zen.

Baina Internet sare irekia da, hau da, bertan parte hartzen dutenen kopurua mugagabea eta heterogeneoa da; eta gehienetan, partaideak ez dute elkar ezagutzen. Horrek berekin dakarren segurtasun eta konfiantza faltak, erronka berriak sortu dituzte azken hamarkadan mundu osoko legegileentzat. Izan ere, aurrez existitzen ez zen – eta ondorioz, arautu gabe zegoen – errealitate bati aurre egin beharra izan dute.

III. ERAENTZA JURIDIKOA

Merkataritza elektronikoari aplikagarri zaion eraentza juridikoa zein den zehaztea arazo korapilatsua da. Izan ere, lege aniztasunak hainbat buruhauste sortzen ditu kasu bakoitzean aplikagarri den legea zehazterako unean.

Aipatu dugun moduan, merkataritza elektronikoa hedatzeak ikaragarriko iraultza ekarri du kontratatze moduan, eta badirudi, denborak aurrera egin ahala, bere garrantzia gehituz joango dela. Errealitate sozio-ekonomiko berriak behar juridiko

⁸ PÉREZ CONESA, C. “Contratación electrónica (contratación celebrada por medios telemáticos)”. *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil* 20, 2000. 2 or.

⁹ DE MIGUEL ASENSIO, P.A. “Contratación electrónica”. *Estudios y Comentarios Legislativos. Derecho Privado de Internet*. Civitas, Madrid, 2015. 1 or.

berriak ere sortu ditu. Honen aurrean, legegileek erregulazio berria sortu behar izan dute, giza errealitatea eta zuzenbidea bat etortzeko asmoarekin.

Arau orokor gisa, kontratuen eremuari dagokionez, gure ordenamenduak kontratukideen autonomia printzipioaren alde egiten du. Askatasun hori dela eta, kontratu elektronikoak ere baliozkoak dira eta ordenamenduak babesten ditu. Ildo honetatik, hauei ere aplikagarri zaizkie obligazio eta kontratu zuzenbidearen arau orokorrak, hauek dira, Kode Zibila eta Merkataritza Kodea.¹⁰ Era berean, baita kontratu tipo bakoitzari dagozkion arau bereziak ere. Xedapen orokor horiek, ordea, ez dira nahikoa segurtasun juridikoa bermatzeko, ez baitaude pentsatuak merkataritza elektronikoak sortzen dituen arazo berriei erantzuna emateko.

Gainera, bereizi behar dugu kontratu elektronikoak lau motatakoak izan daitezkeela kontratukideak nortzuk diren kontuan hartuta: a) enpresarien artekoak¹¹; b) enpresari eta kontsumitzaileen artekoak¹²; c) partikularren artekoak¹³; eta, d) kontsumitzaile edo enpresak administrazioarekin egindakoak¹⁴.¹⁵

Lau mota hauen artean gatazka gehien sortzen dituztenak enpresari eta kontsumitzaileen artean burutzen diren kontratuak dira. Argi dagoen moduan, kontsumitzailea egoera ahulagoan egon ohi da enpresaria baino, baita kontratazio modu tradizionalak erabiltzen direnean ere. Baina merkataritza elektronikoaren berezitasunak direla eta, kontsumitzailearen ahulezia egoera oraindik nabarmenagoa da. Horregatik, kontsumitzailea babesteko helburuarekin hainbat arau onartu izan dira, estatu mailan zein nazioartean.

Hori dela eta, jarraian, merkataritza elektronikoan kontsumitzailea babesten duten araudia zein den ezagutzen saiatuko gara.

¹⁰ FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A. “Régimen jurídico de la contratación en Internet”. GÓMEZ SEGADÉ, J.A. (Dir.), FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., TATO PLAZA, A. (Coords.) *Comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons, Madrid. 2001. 270 or.

¹¹ Nazioarteko zuzenbidean B2B (*Bussiness to Bussiness*) bezala egiten zaie erreferentzia kontratu horiei.

¹² B2C (*Bussiness to Consumer*) bezala ezagutzen da.

¹³ C2C (*Consumer to Consumer*) edo P2P (*Peer to Peer*) bezala ezagutzen dira.

¹⁴ B2G (*Bussiness/Consumer to Government*) izenez ezagutzen dira.

¹⁵ CALVO BUEZAS, J. “El concepto de establecimiento permanente y el comercio electrónico” *Cuadernos de Formación* 6, 2008, 41 or.

Internet, ordea, muga geografikorik ez duen eremua denez, kontsumitzaileek munduko edozein herrialdetako enprekin burutu ditzakete kontratuak, etxetik mugitu gabe. Ondorioz, oso erraza da nazioarteko kontsumo kontratuak egitea, kontratatzeko modu tradizionalarekin ez bezala.

Hau kontuan hartuz, merkataritza elektronikoaren ezaugarri oso garrantzitsua da izaera transnazionala¹⁶. Esan genezake, kontsumitzaileak kontratua non kokatutako enpresa batekin egiten duenaren arabera, hiru motatan sailka ditzakegula: nazioarteko kontratuak, Europar Batasuneko estatu kideen artekoak eta estatu mailan burutuak.

Kasu bakoitzean, ikusi beharko da zein estatutakoak diren kontratuko alderdiak, eta horren arabera aplikatu beharreko araudia.

Beraz, lan honetan ere, eraentza juridikoa aztertzerakoan hiru eremu horiek bereiziko ditugu.

1. NAZIOARTEKO ARAUAK

Garapen teknologikoak eta herritarren artean teknologi berrien erabilera orokortzeak ekarri du, kontsumitzaileak nazioarteko kontratuak burutzeko gai izatea. Gaur egun, Interneteko konexioa besterik ez dugu behar gure ordenagailuan klik batzuk eginez, Txinako enpresa batekin kontratu bat egiteko, adibidez.

Baina, jakina, egoera honek arazoak sortzen ditu, herrialde bakoitzean legedia desberdina baita. Kontratuaren inguruko gatazkaren bat sortuko balitz, nazioarteko zuzenbide pribatuko gatazka arauetara jo beharko da kontratuari aplikagarri zaion legea zein den zehazteko. Gauza bera egin beharko da auzitegietara jotzeko erabakia hartzen bada, kasua epaitzeko jurisdikzioa zein estaturi dagokion jakiteko. Baina lan honen objektua eta hedadura kontuan hartuz, ezingo dugu aztertu gatazka arauak gai honi buruz diotena.

Nazioarteko kontratuak egitean Internet bidez, oraindik ageriagoa da kontsumitzaileak duen konfiantza falta sententzia. Izan ere, sentitzen du gauzak espero

¹⁶ *Op. Cit.* GÓMEZ SEGADÉ, J.A. “El comercio electrónico en la sociedad...”. 28 or.

bezala joaten ez badira, eta arazoak izanez gero, zailagoa dela atzerriko enpresa baten aurka joatea, enpresa nazional baten aurka baino.

Horrelako egoerak saihesteko, eta bereziki, nazioarteko harreman komertzialak bultzatzeko, hainbat nazioarteko erakundek dihardute lanean, merkataritza elektronikoen alorrean nazioarteko araudi bateratua lortu asmoz.

Bateratze lan horretan parte hartu dute gobernuarteko hainbat erakundek (besteak beste, UNCITRAL¹⁷, OCDE¹⁸, Nazio Batuen Europarako Batzorde Ekonomikoa eta OMC¹⁹) zein erakunde pribatuek.

Gai honek, ordea, badu berezitasun bat beste askorekin alderatuz. Orokorrean, estatuko legedien arteko uniformetasuna lortzeko instrumentu tradizionala nazioarteko hitzarmena izan da. Kasu honetan, nazioarteko hitzarmenak ez dira erabiliak izan. Horretarako ematen den arrazoi nagusia da, tratatuen zurruntasuna ez dela egokia etengabe garatzen ari den – teknologia berrien garapen azkarragatik – eremu bat arautzeko.²⁰

Beraz, nazioarteko hitzarmenaren ordeztu, beste tresna batzuk erabili dituzte aipatutako erakundeek: lege modelo, jokabide-kodea eta gomendioak. Tresna hauek malguagoak dira, baina ez dira betebeharrekoak. Horregatik, tresna horien eraginkortasuna praktikan nahiko zalantzarria izan daiteke. Beren helburua estatuek barne legedia onartzeko orduan eredu gisa hartuak izatea da. Jarraian, hauetariko batzuk aztertuko ditugu.

OCDE nazioarteko erakundeak zenbait gomendio onartu ditu merkataritza elektronikoa arautu eta kontsumitzaileak babesteko, baina tamalez, ez dira betebeharrekoak. Horien artean ditugu 1998ko Ministerio Deklarazioa Merkataritza Elektronikoa Kontsumitzaileen Babesari buruz²¹ eta OCDEko Kontseiluak 1999an

¹⁷ UNCITRAL (*United Nations Commission on International Trade Law*)

¹⁸ OCDE (*Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos*)

¹⁹ OMC (*Organización Mundial del Comercio*)

²⁰ *Op. Cit.*. DE MIGUEL ASENSIO, P.A. "Contratación...". 4 or.

²¹ OECD MINISTERIAL CONFERENCE "A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce". Ottawa (Kanada), 1998.

Ikus, [http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=sg/ec\(98\)14/final](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=sg/ec(98)14/final)

onartutako Gomendioa Merkataritza Elektronikoa Kontsumitzaileen Babesari buruz²². Azken honetan, enpresei kontsumitzaileak informatzeko obligazioa ezartzen da, kontratuak baieztatzeko prozedurak eta ordainketa modu sinple eta seguruak ezartzea. Horrez gain, gatazkak konpontzeko sistema alternatiboak martxan jartzea sustatzen du.

Beste bat 2003ko Gomendioa da, Kontsumitzaileen Babesari buruzkoa Iruurrezko Nazioarteko Praktika Komertzialetan²³. Honek praktika horiek ekiditeko nazioarteko lankidetzarako printzipio nagusiak ezartzen ditu, eta baita arau zehatzagoak ere jakinarazpeni, estatuen artean informazioa elkarbanatzeari eta ikerketetan laguntzeari buruz.²⁴

UNCITRAL erakundeari dagokionez, aipatzekoa da 1996an onartu zuen *Merkataritza Elektronikoa buruzko Lege Modeloa*²⁵. Estatuetakoko legedia harmonizatzen laguntzeko helburuarekin sortu zen, sare itxietan egiten zen kontratazio elektronikoa buruzko segurtasun juridikoa gehitzeko. Hitzaurrean esaten den moduan, honako hauei da aplikagarri: “*transacciones comerciales internacionales que se realizan por medio del intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación, habitualmente conocidos como "comercio electrónico", en los que se usan métodos de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel*”. Baina duela ia 20 urte burututako testua denez, ez ditu kontuan hartzen Internet bezalako sare irekiak dituen berezitasunak. Hala ere, gaur egun oraindik jarraipena duen oinarritzko araudia ezartzen du.

Horrez gain, 2002an *Sinadura Elektronikoa buruzko Lege Modeloa*²⁶ ere onartu zuen. Baina esan daiteke azken hau beranduegi iritsi zela. Onartua izan zenerako, herrialde garatu gehienek beren legeak onartuak zituzten gai honi buruz, eta ez zetozen

²² OECD. “Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce”. 1999. Ikus, <http://www.oecd.org/sti/consumer/34023811.pdf>

²³ OECD "Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders". 2003.

²⁴ OECD. “Electronic and Mobile Commerce”, *OECD Digital Economy Papers*. 228 zb., OECD Publishing, 2003. 38 or. Ikus, <http://dx.doi.org/10.1787/5k437p2gxw6g-en>

²⁵ UNCITRAL. “Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional”. Batzar Nagusiak onartutako 51/162 Ebazpena. 1996.

²⁶ UNCITRAL. “Ley Modelo sobre las Firmas Electrónicas, de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional”. Batzar Nagusiak onartutako 56/80 Ebazpena. 2002.

bat lege modeloarekin. Horrela, estatuak ez zituzten indargabetu onartu berri zituzten legeak, eta lege modeloaren harmonizatze asmoak ez zuen arrakasta handiegirik izan herrialde garatuetan.²⁷ Aldiz, garapen bidean zeuden herrialdeetan eragin handia izan dute lege modeloek; bereziki, Latinoamerikan.

Erakunde pribatuak ere badira, estaturez edo gobernuarteko erakundeez gain, eragin handia dutenak nazioarteko merkataritza zuzenbidean. Hauek *lex mercatoria* bezala ezagutzen dena sortzen baitute. Merkataritza elektronikoaren arloari dagokionez, hauexek dira aipagarrienak: UNIDROITen printzipioak, CCI-ren *e Terms*-ak eta jurisprudentzia arbitralak. Batez ere, eragina dute enpresen arteko kontratuetan, eta ez hainbeste kontsumitzaileengan. Hori dela eta, ez dugu hauetan sakonduko.

2. EUROPAR BATASUNEN ARAUDIA

Europar Batasunean ere estatu kideek merkataritza elektronikoari buruz duten araudia bateratzeko ahaleginak egin dira. Horrela, merkataritza elektroniko *intra* komunitarioa sustatu nahi da, gaur egun eremu honek duen garrantzia ekonomikoaz jabetuta.

Europar Batasunak estatu kideen legedien arteko harmonizazioa bilatzen du, legedi desberdinak izatea oztopo delakoan, segurtasun juridikoa kaltetzen baitu. Helburu honetarako Europar Batasunak orain artean erabili duen tresna zuzentaraua izan da.

Baina gaur egun oraindik ezin esan daiteke Europar Batasunaren eremuan erregulazio bateratua dagoenik. Horren errudun nagusia harmonizazioa lortzeko hautatu den tresna izan da, zuzentaraua. Izan ere, beharrezkoa da zuzentarau horiek eraginkorrak izateko legedi estatalera transposizioa egitea. Baina hori egitean, ez da bilatzen zen emaitza lortu. Zuzentarauaren edukia estatuko barne legedira gehitzerako orduan, estatu kide bakoitzak bere erara barneratu ditu. Ondorioz, estatu kideetako eraientza juridikoaren dibertsifikazioa gertatu da.²⁸

²⁷ WINN, J.K; WRIGHT, B. *Law of Electronic Commerce*. Aspen Publishers, Gaithersburg (Ameriketako Estatu Batuak), 2004. 51 or.

²⁸ *Op. Cit.* NÚÑEZ ZORRILLA, M.C. “Análisis de algunos aspectos...”. 10 or.

Europar Batasunak onartu dituen zuzentarauen artean, bi dira garrantzia handiena dutenak azterketa honi dagokionez: Merkataritza Elektronikoa buruzko 2000/31/CE Zuzentaraua²⁹ eta Kontsumitzaileen Eskubideei buruzko 2011/83/UE Zuzentaraua³⁰.

Lehenengoak, informazio gizartearen zerbitzuak arautzen ditu modu orokorrean. Gehiago zehaztuz, 2. artikuluan kontratazio elektronikoa burutzeko zerbitzu prestatzaileak bete beharreko baldintzak arautzen ditu. Baina Internet bidez egiten diren kontratuen erregulazioa 9. eta 11. artikuluko bitartean baino ez da egiten.

Ondorioz, doktrinaren ustez, kontratazio elektronikoen elementu funtsezkoenak Europar Batasunaren harmonizaziotik kanpo geratu dira. Zuzentarauaren helburua arau osagarriak ematea izan da, legedi nazionalak diotena baztertzeko asmorik gabe. Horrela, EBko harmonizazioak hutsune esanguratsuak ditu, esaterako, kontratuak jasotzen dituzten dokumentu elektronikoen eraginkortasunari dagokionez.³¹

Horrez gain, zuzentarau honek ez du eraginik kontsumitzaileek duten babes neurrian. Aspektu horiek Kontsumitzaileen Eskubideei buruzko Zuzentarauaren bidez arautzen dira, eta aplikagarria da kontratu elektronikotan ere. Bere helburua urrunetik egindako kontratuetan kontsumitzaileen babesa indartzea da.

Zuzentarau hau, aukeratutako tresnari dagokionez, desberdina da zuzentarau arruntekiko, harmonizazio osoko zuzentaraua baita. Modu honetan, ekidin nahi izan da legedi nazionalera transposizioa egitean estatu bakoitzak modu desberdinean egitea. Horrela, harmonizazio maila altuagoa lortu ahal izan da.

²⁹ Diario Oficial de la Unión Europea n° L 178 de 17/07/2000 p. 0001 – 0016. DIRECTIVA 2000/31/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico)

³⁰ Diario Oficial de la Unión Europea n° L 304/64 de 22.11.2011. DIRECTIVA 2011/83/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

³¹ *Op. Cit.* DE MIGUEL ASENSIO, P.A. “Contratación...”. 11 or.

Aipatutako bi horiez gain, aipagarria izan daiteke Sinadura Elektronikoiari buruzkoa 1999/93/CE Zuzentaraua³². Azken hau, ordea, indargabetuta geratuko da 2016ko uztailearen 1etik aurrera, bere ordez indarrean sartuko baita Identifikazio Elektronikoa eta Barne Merkatuko Transakzio Elektronikoen Konfiantzazko Zerbitzuei buruzko 910/2014 Erregelamendua³³.

Azkenik, Batasunaren lurralde-eremuan enpresari eta kontsumitzaileen arteko salmenta kontratu elektronikoak bultzatu nahian, eta kontratuari hainbat lege nazional aplikagarri izateak sortzen duen mesfidantza gainditzeko asmoarekin, Europar Batasuneko Parlamentuak eta Komisioak erregelamendu proposamen bat egin zuten Europa barneko salmenten erregulazioa bateratzeko³⁴. Bertan kontratu elektronikoen inguruko erregulazioa ere jasotzen da, baina momentuz, proposamena izaten jarraitzen du.

3. ESPAINIAKO ARAUDIA

Merkataritza Elektronikoa eraentza aplikagarriaren inguruko azterketarekin amaitzeko, Espainiako araudia aztertuko dugu. Eraentza nazionalaren ezaugarri bereizgarri bat aipatzekotan, hainbat legetan zehar barreiatuta egotea da. Hein handi batean, Europar Batasuneko Zuzentaruaren edukia barneratuz garatu delako araudia. Beraz, jarraian aipatuko ditugun lege gehienak EBko Zuzentaruaren transposizioa egitearen ondorioz sortu dira.

Hasteko, Informazio Gizarteko Zerbitzu eta Merkataritza Elektronikoiari buruzko 34/2002 Legea dugu (aurrerantzean, LSSI³⁵), Merkataritza Elektronikoiari buruzko Zuzentaruaren edukia barneratzen duena. Lege honen IV. tituluan arautzen da kontratazio elektronikoa.

³² Diario Oficial de las Comunidades Europeas nº L 13/12 de 19. 1. 2000. DIRECTIVA 1999/93/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 13 de diciembre de 1999 por la que se establece un marco comunitario para la firma electrónica.

³³ Diario Oficial de la Unión Europea nº L 257/73 de 28.8.2014. REGLAMENTO (UE) 910/2014 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 23 de julio de 2014 relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior y por la que se deroga la Directiva 1999/93/CE

³⁴ Propuesta de REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO relativo a una normativa común de compraventa europea. (Europar Komisioak aurkeztua Bruselan 2011ko urriaren 11an)

³⁵ Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Horrez gain, kontsumitzaileekin burutzen den kontratazio elektronikoan garrantzia berezia du Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Eskubideei buruzko Lege Orokorrak³⁶. Bereziki, 80. eta 113. artikuluko bitarteak, zeinetan baldintza orokorrak eta urrunetik egindako kontratuak arautzen diren.

Era berean, kontuan hartzekoa izan dakiguke baldintza orokorren gaineko erregulazioa, Baldintza Orokorren Legean³⁷ jasotzen dena. Baita, Sinadura Elektronikoari buruzko Legea³⁸ ere, Europar zuzentarauaren edukia jasotzen duena.

Bukatzeko, besterik gabe aipatu, 2014ko maiatzaren 30eko Merkataritza Kodearen Lege Aurreproiektuko³⁹ kapitulu batean merkataritza elektronikoaren erregulazioa jasotzen dela. Honen bidez, barreiatuta dauden arau guzti horiek bateratu nahi dira.

IV. KONTRATUAREN ERAKETA

Behin gaira hurbildu garela, kontzeptuak argituz eta aplikagarri den araudia zein den azalduz, atal honetan lan honen mamia aztertzeari ekingo diogu. Sarreran esan bezala, lan honen helburua merkataritza elektronikoaren eremuan egiten diren kontratuen eraketa aztertzea izango da, kontratazio mota tradizionalarekiko dituen berezitasunetan erreparatuz eta kontsumitzailearen babeserako aurreikusten diren neurriei ere so eginez. Beraz, jarraian, kontratuaren eraketarako jarraitu beharreko fase bakoitza azalduko dugu, eskaintzatik hasi eta onarpenaren berrespeneraino, aurretik kontratu elektronikoen balio eta formari buruzko ideia orokor batzuk eman ostean.

1. KONTRATU ELEKTRONIKOAREN BALIOA

Kode Zibileko 1262. art.-ari jarraiki, kontratua eskaintza eta eskaintzaren onarpenaren bidez gauzatzen da, hau da, kontratuaren objektu eta kausaren gaineko

³⁶ 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 y otras leyes complementarias.

³⁷ Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación

³⁸ Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica

³⁹ Ministerio de Justicia y Ministerio de Economía y Competitividad. Anteproyecto de ley del Código Mercantil

adostasuna egon behar da. Kontratazio elektronikoa ere, baldintza hauek betetzen dira.⁴⁰ Hala eta guztiz ere, kontratu elektronikoak baliozkoak izateko, ordenamenduak balioa eman behar die negoziozko borondate deklarazio horiei. Hots, sare informatiko bidez bidaltzen diren datu mezuei, bide tradizionalen bidez adierazitako borondate adierazpen balio eta ondorio juridiko berak aitortu behar zaizkie.

Zentzu honetan, gure ordenamenduan nagusitzen den forma askatasunaren printzipioan oinarrituz (KZ 1278 art.), teknologiaren berrikuntzaren ondorioz sortzen joan diren borondate deklarazioak adierazteko modu guztiak onartuak izan dira. Beraz, sarean egiten diren deklarazioek ere, balio eta eraginkortasun osoa dute.⁴¹

Dena den, gaur egun, LSSI 23. artikulua esanbidez aitortzen die balio eta eraginkortasuna, zeinari jarraiki, bide elektronikoen bidez egindako kontratuek ordenamendu juridikoak aurreikusten dituen efektu guztiak sortuko dituzte adostasuna eta beren baliozkotasunerako gainontzeko beharrezko baldintzak betetzen dituztenean.

Ildo honetatik, kontratu elektronikoa bat baliozkoa izateko, ez da beharrezkoa kontratuko alderdiek bide telematikoen erabilera hitzartu izana aurretiaz.⁴²

Hala ere, LSSI 23.4. artikulua erregela orokor horretatik kanpo uzten ditu zenbait kontratu, beren izaera eta berezitasunak direla eta. Horrela, eraentza orokorretik kanpo geratzen dira Familia eta Oinordetza Zuzenbidearen inguruko kontratuak, eta beren balio edo zenbait efektutarako dokumentu publiko forma edo bestelako formaltasunen bat beharrezkoa duten kontratuak. Hauetako bakoitzari dagokion legedi berezia aplikatuko zaie.

2. KONTRATUAREN FORMA BETEKIZUNAK

Eremu elektronikoa, zalantzak sortu ohi dira kontratuen formazko betekizunak betetzearen inguruan, paperezko euskarrian jasotako dokumentazioaren aurrean.

⁴⁰ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A. “Régimen jurídico...”. 278 or.

⁴¹ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario...”. 16 or.

⁴² BOTANA GARCÍA, G.M. “La protección de los consumidores en los contratos electrónicos”. *Actualidad Civil* 3, 2015. 22 or.

Hala ere, merkataritza elektronikoa higiezinaren trafikorako erabiltzen denez, forma askatasuna nagusitzen da. Kasu gutxi batzuetan soilik ezartzen da forma jakin baten erabilera kontratuaren baliozkotasunerako baldintza moduan.

Gai honen inguruan garrantzia berezia du baliokidetasun funtzionalaren printzipioak.⁴³ Honen adierazpen garbia ikus daiteke LSSI 23.3. artikuluan. Bertan ezartzen da legeak kontratua edo harremana duen beste edozein informazio idatziz egotea galdatzen duenean, baldintza hori beteta ulertuko dela kontratua edo informazioa euskarri elektronikoa jaso denean.

Modu honetan, idatzizko dokumentuan jasotakoa parekatu egiten du euskarri elektronikoa jasotakoarekin. Horrenbestez, arau orokorra da, kontratu elektronikoa idatzizko dokumentu pribatuaren baliokide dela.⁴⁴

Espainiako araudian jasotzen den irizpidea, nagusi da nazioartean ere, zentzu berean erabaki izan baita, UNCITRAL erakundean, Nazio Batuen Erakundean eta Europar Batasunean.

Era berean, baliokidetasun funtzionalaren printzipioa aplikatu da forma idatziak garrantzia berezia duen kontratu mota batean, aseguru kontratua. Kasu honetan ere, dokumentazio idatzia dokumentazio elektronikorekin parekatzen baita, beti ere, euskarri iraunkor batean jasotzen bada.⁴⁵

Honen harira, legeak kontratua idatziz jasotzea eskatzen duenean (aseguruan edo beste kontratu mota batean) baldintza hori betetzat hartuko da kontratu elektronikoen eremuan, kontratazioa ahalbidetu duten mezu elektronikoa artxibatuak izan badira eta eskuragai badaude beste momentu batean kontsultatu ahal izateko.⁴⁶

⁴³ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario...”. 6 or.

⁴⁴ *Op. Cit.* LÓPEZ BELTRÁN DE HERECIA, C. “Contratos electrónicos...”. 7 or.

⁴⁵ VEIGA COPO, A.B. “La contratación electrónica del seguro”. *Revista de Derecho Mercantil*, 244 zb., 2002. 26 or.

⁴⁶ PLAZA PENADÉS, J. “III. El marco jurídico de la contratación electrónica”, PLAZA PENADÉS, J. (Dir.) *Derecho y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Thomson Reuters Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa). 2014. 199 or.

3. ESKAINTZA ETA ESKAINTZAK JASOTZEKO GONBIDAPENA

Guztiok dakigun moduan, kontratua eskaintza eta eskaintzaren onarpenaren bidez gauzatzen da. Onarpena kontratuaren oinarritzko baldintzen gainean adostasuna adieraztea da; aldiz, eskaintzaren gainean aldaketak barneratu nahi badira, eskaintza berri bat izango da. Gainera, eskaintzaren onarpena eskaintza indarrean dagoen bitartean egin behar da.

Printzipioz, badirudi honek ez duela inolako arazorik aurkezten, baina guztiz kontrakoa, eskaintzaren gaiak hainbat buruhauste sortzen ditu adituen artean. Berezi, Interneteko web-orrietan ikusgai daudenean produktuak, zalantzak sortzen dira ea eskaintza (kontratuaren eskaintza teknikoa) edo eskaintza jasotzeko gonbidapena (eskaintza komertziala) ote den.

Kontuan izan, Interneteko orriak edonorentzat direla ikusgai, eta ez daudela pertsona zehatz bati edo batzuei zuzenduta. Orrietako eduki komertziala publikoari orokorrean zuzenduta dago. Horregatik, ez da erraza kontratua burutzeko eskaintzak desberdintzea eskaintzeko gonbidapena jasotzen duten komunikazio komertzialengandik, ohikoak direnak publizitate komunikazioetan eta pertsona zehaztugabeei zuzendutako komunikazioetan.

A. Nazioarte mailan

Gai honen inguruko eztabaida doktrinala are gehiago korapilatzen da, beste herrialdeetara begira jartzen bagara. Auzi honi ematen zaion erantzuna aldatu egiten baita estatu batzuetatik beste batzuetara.

Common Law ordenamendua duten herrialdeetan, kasuz kasu aztertzen da enpresariak lotuta geratzeko asmoa ote zuen, erabilitako baldintza eta transakzioaren izaeran erreparatuz. Normalean, pertsona zehaztugabeei zuzenduta egotean ez dela eskaintza ulertzen da, salbu aurkakoa oso garbi ikusten ez bada.⁴⁷

Herrialde kontinentaletan, aldiz, eskaintza edo proposamenaren inguruko azterketa egiten da, eskaintza loteslea ote den ala ez erabakitzeko.

⁴⁷ *Op. Cit.* DE MIGUEL ASENSIO, P.A. "Contratación ...". 26 or.

Gai hau garrantzia handikoa da. Benetako eskaintza kontraktuala bada, kontsumitzaileak produktua bere etxean jasotzeko eskaria egitean, eskaintzaren onarpena egiten du, eta kontratua perfektzionatzen da. Hala, enpresaria eta kontsumitzailea lotuta geratuko dira. Aldiz, ez bada benetako eskaintza (*invitatio ad offerendum*⁴⁸), kontratua perfektzionatuta geratzeko kontsumitzaileak eskaria egitean enpresariaren onarpena beharko da kontratua perfektzionatu dadin.

Besteak beste, UNCITRAL erakundearen baitan hausnartu da gai honen inguruan, eta Komunikazio Elektronikoei buruzko Hitzarmeneko 11. artikuluan⁴⁹ jaso zen erantzuna. Honen arabera, komunikazio elektronikoen bidez adierazten diren kontratu proposamenak ez daudenean alderdi zehatz bati edo batzuei zuzenduak, baizik eta eskuragarri daudenean modu orokorrean informazio sistemak erabiltzen dituen edozeinentzat, eskaintzak egiteko gonbidapenak izango dira. Hala ere, kontratu eskaintza izan daiteke proposamena egiten duen alderdiak garbi erakusten badu obligatua geratzeko borondatea bere eskaintza onartua izaten bada. Erregela bera aplikatzen da eskabidea egiteko aplikazio interaktiboak erabiltzen dituzten sistemen bidez egiten denean proposamena.

Ikus daitekeenez, UNCITRALek publiko zehaztugabeari zuzendutako komunikazio komertzialak eskaintzak egiteko gonbidapen moduan ulertzen ditu, eta ez eskaintza gisa.

Zentzu honetan, nazioarteko erakundeak neutraltasun teknologikoaren printzipioaren alde egiten du, komunikazio bide tradizionaletan aplikatzen den irizpide bera aplikatzen baitu eremu teknologikoan ere⁵⁰. Arau orokor moduan, prentsa idatzian agertzen diren komunikazioak eskaintzak jasotzeko gonbidapentzat hartzen dira. Gauza bera gertatzen da, denda bateko erakusleihoan dauden salgaiekin. Hortaz, hitzarmenak arau orokor hori aplikatzen du merkataritza elektronikoa ere.

⁴⁸ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A. “Régimen jurídico...”. 279 or.

⁴⁹ Ikus, UNCITRAL. “Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales”, 11. artikulua. New York, 2007.

⁵⁰ MADRID PARRA, A. “Instrumentos de la CNUDMI/ UNCITRAL sobre el comercio electrónico (contratación, firma y comunicaciones comerciales)”, PLAZA PENADÉS, J.(Dir.) *Derecho y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Thomson Reuters Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa). 2014. 382-384 or.

Horren adierazgarri da UNCITRAL erakundeak berak Salgaien Nazioarteko Salerosketari buruzko Hitzarmenean (aurrerantzean, Vienako Hitzarmena) kontratuaren eraketa arautzean 14.2. artikuluan⁵¹ xedatzen duela pertsona zehaztugabeei zuzendutako proposamenak eskaintzak egiteko gonbidapen soilak izango direla, proposamena egiten duen pertsonak esanbidez aurkakoa adierazi ezean. Horregatik, edozein salgairentzat aplikatzen den erregela bera aplikatzen da merkataritza elektronikoan ere.

B. Espainia mailan

Espainiako legediak ez du gai honen inguruko araurik jasotzen. Baina merkataritza zuzenbideko doktrina berritzaileko autoreek – hauen artean, DÍEZ-PICAZO⁵², PERALES VISCASILLAS, ILLESCAS ORTÍZ⁵³ eta VICENT CHULÍA – defendatzen dute kontratuen eraketari buruzko Vienako Hitzarmeneko arauak aplikatu daitezkeela analogiaz gainerako kontratuen eraketarako. Hau da, nahiz eta Hitzarmena nazioarteko kontratueterako izan, barne kontratuei ere aplikagarri lirateke arauok, bien oinarria bera baita (“*identidad de razón*”, KZ 4.1 art). Doktrinaren zati honek ulertzen duenez, hitzarmen honetan jasotzen da kontratuen inguruko eraentza unibertsal eta aurreratuenena.⁵⁴

Dena den, bada doktrinaren beste zati bat nazioarteko eta barne kontratuen oinarria bera dela ukatzen duena. Hauen arabera, Nazioarteko Salerosketei buruzko Hitzarmena ez litzake aplikatu behar estatu barneko kontratuetan, ulertzen baitute eskaintza proposamena jasotzen duenaren izaera ez dela bera bi kasuetan. Horren ordez, proposamenaren hartzaileen babesean pentsatuz, Zuzenbide Europarreko Kontratuen Printzipioak aplikatu beharko liratekeela defendatzen dute, eta hauei jarraiki publiko zehaztugabeari egindako proposamen komertzialak, kontratu eskaintzak direla presumitzen dute. Horrez gain, publizitate gisa egindako adierazpen komertzialak ere

⁵¹ UNCITRAL. “Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías”, 14.2 artikulua. New York, 2011.

⁵² DÍEZ-PICAZO, L. *Fundamentos del Derecho Civil Patrimonial: Introducción Teoría del Contrato*. Thomson Civitas, Madrid, 2007. 335 -338 or.

⁵³ ILLESCAS ORTÍZ, R./ PERALES VISCASILLAS, P. *Derecho Mercantil Internacional. El derecho uniforme*. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 2003. 144-145 or.

⁵⁴ VICENT CHULÍA, F. *Introducción al Derecho Mercantil. Volumen II*. Tirant lo Blanch, Valentzia, 2012. 1527 or.

kontratuan barneratutako dira. Korrante doktrinal honen alde egiten dute, hala nola, FONT GALÁN⁵⁵ eta MIRANDA SERRANO⁵⁶ autoreek.

Gaiarekin jarraituz, gure ordenamenduan ulertu izan da eskaintza bat dagoela zentzu hertsian kontratuaren oinarritzko elementuen gaineko informazioa barneratzen duenean eskaintzak. Zehazki eskaintzan gutxienez ondorengo datuak agertu beharko dira: eskaintza egiten duenaren identitatea, salgaiaren edo zerbitzuaren ezaugarriak eta prezioa (zehaztua edo zehazgarria), kontratuaren exekuzio moduak, ordainketa moduak eta eskaintzaren iraupen epea.⁵⁷

Gutxieneko eduki hau web-orrian ikusgai egon beharko da kontsumitzailearentzat. Horrela, kontsumitzaileak salgaien eskaria egiten badu kontratua perfektionatuta geratuko da. Gutxieneko edukia eskatzearen helburu bakarra kontsumitzaileak onarpena eman aurretik eskaintzaren edukia modu egokian ezagutzea da, bere negoziozko borondatea librea eta oinarritua izan dadin.⁵⁸

Laburbilduz, enpresa baten web-orri salgaien eta prezioen inguruko informazioa ematen bada, hau da, izaera orokorreko datuak ematen badira publizitatea egiteko helburuarekin, eskaintzak egiteko gonbidapen moduan kontsideratuko da. Aitzitik, merkataritza minoristarako web-orria bada, eta kontratuak *online* egiteko aukera ematen badu, salmentarako eskaintza publikoa dela ulertuko da.

Orain artean, Interneteko web-orriei egin badiegu erreferentzia ere, azaldutako guztia aplikagarri da posta elektronikoko bidez egiten den publiziterako ere. Hots, “*mailing-a*” eskaintzak egiteko gonbidapen moduan hartzen da, baita *mailing* mugatuan ere. Hala ere, enpresariak esanbidez kalifikatu dezake komunikazio komertziala eskaintza gisa, baina hori salbuespenezko kasua litzateke merkataritza trafikoan.

⁵⁵ *Vid. in extenso*. FONT GALÁN, J.I. “Publicidad comercial y contrato con consumidores. Conexiones funcionales y normativas: sustantivación obligacional e integración contractual de las ofertas promocionales y publicitarias.” *Revista de Derecho Patrimonial*, 25 zb., 2010. 4 or.

⁵⁶ *Vid. in extenso*. MIRANDA SERRANO, L.M. “La oferta pública de contrato: entre la solución vienesa y el criterio tradicional español.” *Revista de Derecho Patrimonial*, 27 zb., 2011. 12 or.

⁵⁷ Ikus, Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Eskubideei buruzko Lege Orokorra, 1/2007 Errege Dekretu Legegilea, 20.1 artikulua.

⁵⁸ *Op. Cit.* PÉREZ CONESA, C. “Contratación electrónica...” 8 or.

Dena den, enpresariak ekidin nahi dituen egoerak saihesteko komenigarria da web-orrian esanbidez adieraztea kontratu eskaintza den edo eskaintza komertzial bat baino ez. Modu honetan, bere hasierako borondatearen aurka lotuta geratzeko arriskua ekidingo du.

Benetako eskaintza baten aurrean gauden kasurako, jakin beharreko beste kontu garrantzitsu bat da ea zenbat denborarako geratzen den enpresaria eskaintza horretara lotua. Zalantza hori LSSI 23. artikulua argitzen du, beti ere, arlo jakinetako legedi zehatzak esan dezakeena salbu. Hortaz, elektronikoki adierazten diren eskaintzak baliozkoak izango dira eskaintzaileak zehazten duen denboran.

Errealitateko adibide bat jarriz, *online* produktuak saltzen dituzten orrietan oso ohikoak izaten dira “*oferta válida hasta el 31 de abril de 2015*” edo “*oferta válida hasta fin de existencias*” bezalako esaldiak irakurtzea. Horrela, enpresariak berak erabakitako iraupena izango du eskaintzak. Baina ez bada ezarri eskaintzaren iraupenerako epe zehatzik indarrean jarraituko du kontsumitzaileentzat ikusgai jarraitzen duen bitartean.

C. Publizitatearen edukiari aipamen berezia

Azkenik, ezin genezake atal hau itxi publizitatearen edukia kontratuan barneratzeari buruz hitz egin gabe. Honen inguruan ezinbestekoa da Erabiltzaile eta Kontsumitzaileen Eskubideei buruzko Legeko 61.2. artikulua: “*El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aún cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato.*”

Artikulu honen interpretazioaren inguruan bi iritzi doktrinal kontrajarri daude, aurrekoarekin gertatzen zen moduan.

Autore batzuk publizitatearen integrazio kontraktualaren alde egiten dute. Aipatutako artikulu hori oinarri moduan hartuz, ulertzen dute iragarlea lotuta geratzen dela komunikazio edo publizitate komertzialean adierazitakora, obligaziozko

sustantibazio juridikoa gertatzen delakoan.⁵⁹ Hau da, publizitatean adierazitakoa kontratuan barneratuko balitz bezala izango da. Modu honetan, kontsumitzaileak exiji diezaioke enpresariari publizitatean adierazitako edukia ere betetzeko. Doktrina hau bera da kontratuaren eraketaren inguruan Nazioarteko Salerosketan inguruko Hitzarmena analogikoki aplikatzea onartzen ez zuena.

Interpretazio hau litzateke, kontsumitzaileentzat babes gehien eskaintzen duena. Kontratuaren edukiaz aparte publizitatearen edukia ere exigigarria izaterakoan, asko murrizten da kontsumitzaileak produktuaren gainean zituen espektatibak zapuztuak izateko probabilitatea.

Baina esan bezala, doktrinaren beste zati batek defendatzen du publizitatearen edukia ez dela betebeharrekoa. Hauen ustez, Kontsumitzaileen Legeko 61. artikulua helburu bakarra publizitatearen egiazkotasuna gehitzea da eta prestazio desegoki edo ustekabekoak debekatzea. Ildo honetatik, aipatutako Hitzarmena eta 1999/44/CE Zuzentaraua hartzen dituzte oinarritzat, publizitatea ez dela kontratu eskaintza argudiatzeko, eta nahiz eta, eskaintza interpretatu eta osatzeko erabil daitekeen.⁶⁰

Jakina, interpretazio honek babes gutxiago eskainiko lioke kontsumitzaileari publizitatearen edukia loteslea ez den heinean.

4. ENPRESARIAREN OBLIGAZIO FORMALA: KONTRATU AURREKO INFORMAZIOA

Arestian azaldu dugun moduan, kontratazio elektronikokoak segurtasun falta sor dezake, bere izaera birtuala dela eta; bereziki, kontratuak *online* egitea ahalbidetzen duten web-orri interaktiboak erabiltzen direnean. Kontsumitzaile eta enpresariaren artean dagoen informazioa desoreka ukazina da. Horrela, gaur egungo kontratazio modernoaren teknika erasokorreari aurre egiteko tresna nagusia da informazioa.⁶¹

⁵⁹ *Op. Cit.* FONT GALÁN, J.I. “Publicidad comercial...”. 14 or. eta MIRANDA SERRANO, L.M. “La oferta pública...”. 14. or.

⁶⁰ *Op. Cit.* VICENT CHULIÁ, F. “*Introducción al Derecho...*” 1558 or.

⁶¹ ZURILLA CARIÑANA, M.A. “La reforma de los artículos 60 y 97 en la ley de modificación del TRLGDCU. ¿Hay algo nuevo que merezca la pena?”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo* 9, 2014. 3 or.

Egoera horri konponbidea emateko helburuarekin, Europako zein Espainiako legegileek enpresariari kontsumitzailea informatzeko obligazioa ezarri diote. Hau da, kontratua perfektionatu aurretik eta kontsumitzaileak bere adostasuna adierazterako, enpresariak legeak ezartzen duen gutxieneko informazioa jakinarazi behar dio kontsumitzaileari. Horregatik, zuzen jokatu nahi duen enpresariak bereziki kontuan hartzeko puntua da jarraian datorrena. Gainera, enpresariak informazio nahikoa eta egokia ematen badu, kontsumitzaileak atzera egiteko eskubidea egikaritzeko probabilitatea jaitسي egingo da, errazagoa baita kontsumitzaileak erabaki zuzena hartu izana.⁶²

Izan ere, ezin daiteke kontratu elektronikoen eraentzaz hitz egin kontratu aurreko informazioaz hitz egin gabe, zeina merkataritza elektronikoa jarduten duen enpresariarentzat oinarritzko obligazioa den eta kontsumitzailearentzat eskubide garrantzitsua. Esan daiteke merkataritza elektronikoa kontratu aurreko informazioa eta atzera egiteko eskubidea direla kontratatzeko era honen bi zutabe nagusienak, kontsumitzaileari babes gehien eskaintzen dioten bi neurrik baitira.⁶³

Kontsumitzailearen ikuspuntutik, eremu juridikoa, garrantzia handia du kontsumitzailearen adostasun libre eta egokiaren eraketan, kontratuaren perfektionamendura begira.

Ildo honetatik, Europar Batasuneko Justizia Auzitegiak garrantzia handia eman izan dio kontratu aurreko informazioari. Auzitegiaren arabera, kontsumitzaileen interesen babesa zerbitzu prestatzailearen eta hartzailearen arteko harremanaren fase guztietan bermatu behar da. Ideia horretatik eratortzen denez, enpresariak komunikatutako informazioaren arabera ezagutuko ditu kontsumitzaile edo erabiltzaileak bere etorkizuneko obligazioen irismena. Horrela, ekidin nahi da kontsumitzaileak, errore baten ondorioz, bere interesentzat kaltegarria izan daitekeen kontratu bat burutzea. Horregatik, beharrezkoa izan daiteke kontratua ospatu aurretik

⁶² *Ibid.* 10 or.

⁶³ SÁNCHEZ GÓMEZ, A. “Comentario al art. 97 de la TRLGDCU”, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.) *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias*. Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa), 2009. 1 or.

informazioa emateaz gain enpresariarekin harremanetan jartzeko bide osagarri bat ematea.⁶⁴

A. Informazioa emateko obligazioa

Araudiak ezartzen duena aztertzen hasteko, Espainiako ordenamenduari dagokionez, bi lege izan behar ditugu kontuan, bata merkataritza elektronikoa arautzen duena (LSSI), eta bestea kontsumitzaileen eskubideak arautzen dituenena. Gainera, kontratua baldintza orokorren bidez egin bada – eta hori oso ohikoa da kontsumitzaileekin egiten diren kontratu elektronikoetan – Baldintza Orokorren Legea ere kontuan izan beharko da.

Ikusten denez, gai honen inguruko erregulazioa hainbat lege sektorialetan barreiatuta dago. Horregatik, doktrinak gogor kritikatu du egin den bateratze lana, erabaki arbitrarioen arabera jokatu dela adieraziz. Horrez gain, “*absurdo*” gisa kalifikatu du LSSIn kontsumitzaileen babeserako jasotzen den erregulazioa Kontsumitzaileen Legetik kanpo utzi izana.⁶⁵

Lehenengoarekin hasteko, LSSI 27.1 artikulura joko dugu. Informazio gizarteko zerbitzu prestatzaileak artikulua horretan ezartzen den informazioa jarri behar du kontratatu nahi duenaren eskuetan, kontratazio prozesua hasi aurretik. Informazioa modu argi, ulergarri eta nabarian eman beharko da, hau da, beste pertsonak informazioa erraz barneratzea lortu behar da, eta gaizkiulertuak saihestu.

Informazioa emateko kontratua egiteko erabiltzen den komunikabidearekin bat egiten duen teknika erabili beharko du (“*mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado*”). Gainera, guztiz dohainik izan beharko da informazioa. Praktikan, oso ohikoa da prestatzaileek esteka baten bidez ematea eskatzen den informazioa, bezeroak edozein momentutan kontsultatu dezan.

⁶⁴ Europar Batasuneko Justizia Auzitegiaren 2008ko urriaren 16ko Epaia, C-298/07. Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände vs. deutsche internet versicherung AG kasua. 21-22 paragrafoak.

⁶⁵ CARRASCO PERERA, A. “Texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios (Real Decreto 1/2007). Ámbito de aplicación y alcance de la refundición” *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil* 5, 2008. 1 or.

Eman beharreko informazioa lau aspekturen ingurukoa da. Lehenik, kontratua egiteko jarraitu beharreko pausoak zeintzuk diren argitu beharko du. Modu honetan, jasotzaileak jakin ahal izango du ezartzen diren urratsak jarraitzen baditu, ondorioa kontratua perfekzionatzea izango dela. Bigarrenik, prestatzaileak kontratua jasotzen duen dokumentu elektronikoa gordeko al duen eta hau ondoren eskuragarri egongo al den. Kontratua egiten duen beste alderdiak jakin dezan ea kontratua burutu ondoren dokumentua kontsultatzerik izango ote duen. Hirugarrenik, datuak sartzean egon daitezkeen akatsak identifikatu eta bilatzeko hartzaillearen esku egongo diren bitarteko teknikoak berri emango beharko du. Honi dagokionez, ohikoa izaten da aplikazio informatikoak informazioa berresteko leihoak erakustea eskaera orria betetzerakoan, baita hurrengo pausura pasatzen ez uztea ere datuak ez badira modu egokian eman. Horrez gain, kontratuaren objektu izango den ondasun edo zerbitzuaren datuak ere erakusten dira, bezeroak aldatu ditzan adostasuna adierazi aurretik. Azkenik, kontratua formalizatu daitezkeen hizkuntza edo hizkuntzak zeintzuk diren jakinarazi beharko du.

Artikulu honetan ezartzen diren kontratazio aurreko obligazioak, printzipioz, aplikagarri dira kontratazio elektronikoa burutzen duten informazio gizarteko zerbitzu prestatzaile guztiei. Alegia, obligazio hauek bete behar dira kontratua enpresari artekoa izan nahiz enpresari eta kontsumitzaile artekoa izan.

B. Salbuespenak eta kasu bereziak

Hala ere, testu bereko 27.2 artikulua bi salbuespen ezartzen ditu. Lehenengo salbuespena kontrataziorako erabilitako bitartekoaren ingurukoa da. Aurretiko informazioa emateko obligaziotik salbuetsita geratuko da enpresaria, baldin eta kontratua modu eksklusiboan mezu elektronikoen bidez (edo baliokidea den beste komunikazio elektronikoa mota baten bidez) egin bada. Salbuespen hau ezartzen da komunikazio mota honen izaera individualizatua dela eta. Banan-banako izaera hori erraz ikus daiteke kontratazio elektronikorako webgune interaktiboekin alderatzen badugu. Hauetan pantailan erakusten diren komunikazioak berdinak dira pertsona ororentzat. Mezu elektronikoa, aldiz, bi pertsonen artekoak direnez, erosleak izan ditzakeen zalantzak zuzenean argitu diezazkioke ordenagailuaren bestaldean dagoen

pertsonak. Salbuespen hau aplikagarria da kontsumitzaileekin egiten den kontratazioan ere, azaldutako arrazoiengatik.

Bigarren salbuespena, aipatu baino ez dugu egingo ez baitio eragiten kontsumitzaileei. Aurretiko informazioa ematea salbuetsi daiteke kontratua egingo duten bi alderdiek adostasunez hala erabakitzen dutenean. Baina hitzarmen hori egin ahal izango da soilik kontratua enpresari edo profesionalen artekoa denean. Alegia, kontsumitzaileekin egindako kontratuetan ezingo da aurretiko informazioa ez ematea adostu inolaz ere.⁶⁶

2007. urtean, telefono mugikorren garapen teknologikoa eta gizartean *smartphone*-n erabilera orokortua ikusirik, legegileak paragrafo bat gehitu zion aztertu berri dugun 27.1 artikuluari. Paragrafo berri horretan ezartzen da, prestatzailearen kontratazio elektronikorako zerbitzua zehazki tamaina txikiko pantailak dituzten gailuen bidez egiteko pentsatua dagoenean noiz ulertuko den obligazioa bete dela. Kasu honetan, ez da beharrezkoa izango informazio guztia ematea. Baizik eta, nahikoa izango da, informazioa ikusgai dagoen Interneteko helbidea adieraztea. Alegia, zerbitzu prestatzailearen obligazioa beteta geratuko da informazioa jasotzen duen web-orriaren esteka erakusten bada.⁶⁷

Badirudi legeak praktikotasunaren alde egiten duela. Legeak eskatzen duen informazio guztia mugikor baten bidez irakurtzea nahiko deserosoa izan daiteke, pantaila, eta ondorioz, testuaren letra tamaina txikia izaten delako. Horregatik, *link*-a erakustearekin nahikoa izango da, interesatua dagoenak irakur dezan, nahiago badu ordenagailuaren bidez.

C. Kontsumitzaileenganako babes berezia

Atal honen hasieran esan bezala, informazio gizarteko zerbitzu prestatzaileei kontratazio elektronikoa gauzatzerakoan ezartzen zaizkien informatzeko obligazioei,

⁶⁶ MENDOZA LOSANA, A.I. "Información precontractual en la directiva 2011/83: novedades, exigencias y carencias." *Revista CESCO de Derecho de Consumo* 1, 2012. 28 or.

⁶⁷ BUSTO LAGO, J.M., ÁLVAREZ LATA, N., PEÑA LÓPEZ, F. "Los contratos electrónicos". *Reclamaciones de consumo*. Thomson Reuters Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa), 2010. 5 or.

kontsumitzaileen babeserako legediak ezartzen dituen obligazioak gehitu behar zaizkie, kontratazio elektronikoaren eremuan ere eragin nabaria dutenak. Obligazio horiek soilik aplikagarri izango dira kontratuko alderdiak enpresari edo profesional bat eta kontsumitzaile bat direnean. Kasu honetan, kontsumitzaileak enpresariak baino posizio ahulagoa du, eta egoera hori orekatzeko, legeak obligazio gehigarriak ezartzen dizkio enpresariari.⁶⁸

Hortaz, kontsumitzaileekin burututako kontratazio elektronikoari aldi berean aplikagarri izango zaizkio LSSI legeko obligazioak zein Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Babeserako Lege Orokorrean (aurreratzean, Kontsumitzaileen Legea edo KL) ezartzen diren obligazioak. Gainera, Kontsumitzaileen Legeak berak argitzen du 94. artikuluan, bi arauketa horiek kontraesankorrak direnean, informazio gizartearen zerbitzuen eta merkataritza elektronikoaren araudia nagusitiko dela, 97.7. artikuluan ezartzen dena salbu.

Hasteko, aplikagarri izango dira Kontsumitzaileen Legeko 12. artikuluan ezartzen den informazio obligazio orokorra, ondasun eta zerbitzuen arriskuen inguruan. Bestetik, garrantzitsuagoa da KL 60. artikulua, enpresariak kontratua egin aurretik eman beharreko informazioari buruzkoa. Honen arabera, enpresariak dohainik eta modu ulerterrazean kontratuaren ezaugarri garrantzitsuak jakinarazi behar ditu. Artikuluak berak zerrenda bat eskaintzen du gutxieneko informazioa zein den adieraziz. Bi xedapen hauek aplikagarri dira kontsumo kontratu guztietan, elektronikoak izan edo ez.

Baina kontratazio elektronikoaren gaian bereziki garrantzitsuak dira lege testu berean urrunetik egindako kontratuentzat aurreikusten diren xedapenak, 92. eta 113. artikuluen artean jasotzen direnak. Artikulu horiek funtsean 2011/83 Zuzentarauaren edukia jasotzen dute, hau zuzenbide espainiarrean barneratuz. Transposizio lan hori 3/2014 Legearen bidez egin zen. Horrela, 97/7/CE Zuzentarauan oinarritzen zen testuaren aurreko bertsioa eguneratu zen.

⁶⁸ *Op. Cit.* BOTANA GARCÍA, G.M. “La protección...”. 13 or.

Izan ere, urrunetik egindako kontratuaren kontzeptuaren barruan sartzen dira kontratu elektronikoak ere.⁶⁹ Kontsumitzaileen Legeak 92.1. artikuluan urrunetik egindako kontratuak definitzen ditu alderdien aldibereko presentzia fisiko gabe egindako kontratu gisa, modu eskusiboan distantziako komunikazio teknika bat edo gehiago erabili direnean. Jarraian, teknika horien artean Internet aipatzen du.

Dena den, gogoan izan behar da 93. artikulua salbuespenen zerrenda bat jasotzen duela, eta bertan agertzen diren kontratuei ez zaiela aplikagarri izango urruneko kontratuen eraentza orokor hau. Salbuespen horien artean daude, hala nola, joko eta apustuarekin erlazionatutako kontratuak, opor bidaia konbinatuak edo finantza zerbitzuak.

Kontratu aurreko informazioaren gaian sakontzen hasiz, 97. artikuluan zerrendatzen da enpresariak kontratua burutu aurretik kontsumitzaileari eman beharreko gutxieneko informazioa. Funtsean informazio hori ondorengoa da: ondasun edo zerbitzuaren ezaugarri nagusiak; merkatariaren identitatea; merkatariaren helbide geografikoa eta kontsumitzailea berarekin harremanetan jartzeko beharrezko datuak (faxa, telefono zenbakia, helbide elektronikoa...); ondasun edo zerbitzuen prezio osoa, zerga eta tasak barne; urruneko komunikazio teknikaren kostua, hala dagokionean; eta, kontsumitzailearen atzera egiteko eskubideari buruzko informazioa. Era berean, hala dagokionean eman beharko da hauei buruzko informazioa: ordainketa, entrega eta funtzionamendu prozedura, eta entrega edo exekuzio data; salmenta ondorengo asistentzia; kontratuaren iraupena edo kontratua indargabetzeko baldintzak; kontsumitzailearen obligazioen gutxieneko iraupena; kontsumitzaileak eman beharreko finantza bermeak; eduki digitalen funtzionaltasuna; eta judizioz kanpo erreklamazioak egiteko aukera.⁷⁰

Horrez gain, enpresarik ez badu gastu gehigarrien gaineko informaziorik adierazten, edo itzulketa gastuen ingurukorik, kontsumitzaileak ez ditu ordaindu beharko. Alegia, kontsumitzaileak jakinarazi zaizkion kostuak baino ez ditu ordainduko,

⁶⁹ FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A. "Aspectos fundamentales de la contratación electrónica". GÓMEZ SEGADÉ, J.A. (Dir.), FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., TATO PLAZA, A. (Coords.) *Comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons, Madrid. 2001. 266 or.

⁷⁰ *Op. Cit.* SÁNCHEZ GÓMEZ, A. "Comentario al art. 97...". 5-10 or.

eta gainerakoak enpresariaren kontura izango dira, informatu ez izanagatik ezartzen den zigor modura.

Ikus daitekeenez, artikulua honetan jasotzen den edukia LSSI 27.1. artikuluan jasotzen denaren desberdina da. Zentzu honetan, ez dira elkarrekin kontraesankorrak inolaz ere; aitzitik, bata bestea osatzen du.

97. artikuluan eman beharreko informazioaren edukia jasotzen bazen, 98. artikuluan informazioa helarazteko modua arautzen da.

Hizkuntzari dagokionez, kontratazio proposamenean erabiltzen den hizkuntzan, edo kontratazioa egiteko hautatu den hizkuntzan eman behar da informazioa, eta gutxienez, gaztelaniaz. Beraz, informazioa beti eman beharko da gaztelera, baina kontrataziorako edo proposamenerako beste hizkuntza bat erabili bada, euskara kasu, baita hizkuntza horretan ere.

97.1. artikuluan jasotzen zen informazioa modu argi eta ulergarrian adierazi behar da, eta transakzio komertzialetako fede onaren printzipioa errespetatu behar da. Horrez gain, kontratatze gaitasunik ez dutenen babeserako printzipioak ere errespetatu behar dira.

Informazioa emateko moduari dagokionez, ezartzen da kontrataziorako erabiliko den urruneko komunikazio teknikarekin bat datorren eran egin beharko dela (*“de forma acorde con las técnicas de comunicación a distancia utilizadas”*).

Bestetik, informazioa euskarri iraunkor batean helarazten denean irakurgarria izan behar da 98.1. artikulua araberaren arabera.⁷¹ Xedapen hori ulertzeko lege berak 59 bis.1.f) artikuluan argitzen du zein den euskarri iraunkor kontzeptuaren esanahia. Horren arabera, euskarri iraunkor gisa ulertu behar da kontsumitzaileari pertsonalki zuzendu zaion informazioa gordetzea ahalbidetzen dion tresna oro, etorkizunean kontsultatzeko aukera izan dezan, informazioaren helbururako egokia den denboran. Euskarri

⁷¹ SÁNCHEZ GÓMEZ, A. “Comentario al art. 98 de la TRLGDCU”, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.) *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias*. Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa), 2009. 3-4 or.

iraunkorrek dira, hala nola, papera, USB memoriak, CDak, DVDak, memoria-txartelak, ordenagailuko disko gogorrak, mezu elektronikoak eta SMS mezuak.

Beraz, kontratu aurreko informazioa teknika hauetakoren bat erabiliz egin beharko da. Baina logikoa den moduan, papera ez da teknikarik erabiliena izango kontratazio elektronikoaren eremuan. Legeak berak ezartzen du lehentasuna izango duela erabilitako komunikazio teknikarekin bat datorrenak, eta zentzu honetan, beste batzuk erabiliagoak izango dira.

Kontratu elektronikoak kontsumitzaileari ordainketa obligazioak ezartzen dizkionean, – eta ia beti hala izaten da, – obligazio gehigarriak ezartzen ditu legeak enpresariarentzat. Ziurtatu nahi baita kontsumitzaileak kontratua onartzen duenean ordainketa obligazioaren jakitun dela.

Horretarako, kontsumitzaileak eskaera egin aurretiko unean, enpresariak modu argian eta nabarmenduta jakinarazi behar dizkio produktuaren ezaugarriak, prezioa, eta bere kasuan, kontratuaren iraupena eta kontsumitzailearen obligazioak. Modu honetan, kontratuaren elementu esanguratsuenak nabarmendu nahi dira kontsumitzaileak obligazioa onartu baino lehen.

Obligazio hau ezartzerako orduan, legegileak “*poner en conocimiento*” esapidea erabiltzen du. Ulertzen da kasu honetan informazioa kontsumitzailearentzat eskuragarri jartzea baino zerbait gehiago exijitzen dela.⁷² Ez da nahikoa erabiltzaileak bisitatzeko aukera duen esteka bat jartzearekin, posible baita kontsumitzaileak web-orri hori bisitatzea, baina baita ez bisitatzea ere. Horrela, ziurtatu nahi da merkatariak aipatutako oinarrizko informazioa jakinarazi diola kontsumitzaileari, eta honek irakurri duela.

Kontsumitzailea ordainketa obligazioa eskuratzen ari denaren jakitun dela ziurtatzeko, onarpena botoi batean klik eginez adierazten denean (edo antzerako beste teknika baten bidez) onarpen botoian “*pedido con obligación de pago*” edo esanahi

⁷² VÁZQUEZ-PASTOR JIMÉNEZ, L. “Los requisitos formales de los contratos a distancia tras la reforma del texto refundido de la ley general de defensa de consumidores y usuarios”. *Revista Aranzadi Doctrinal*, 7. zb., 2014. 3 or.

bera duen esaldi batekin agertu beharko da. Esaldia erraz irakurtzeko moduan idatzita egon behar da. Enpresariak etiketa hau jartzearen obligazioa betetzen ez badu, kontsumitzailea ez da obligatuta geratuko kontratuaren bidez.⁷³

Kontratu aurreko informazioaren baldintza formalak indartzeko bide honetatik, merkataritzako web-orriek adierazi beharko dute entregarako murrizketarik ezartzen al den eta zein ordainketa era onartzen diren. Informazio hau ere, modu argian eman behar da, eta gehienez ere, erosketa prozedura hasi aurretik.

Gogoratu behar dugu, *online* kontratuak egiten direnean, sarritan baldintza orokorrak erabiltzen direla. Hau da, enpresariak kontratu estandarrak prestatzen ditu eta kontsumitzaileak horietara atxiki besterik ez du egin behar, kontratua negoziatzeko aukerarik izan gabe. Ohiko kasu honetan, Baldintza Orokorren Legeak ezartzen dituen obligazioak ere aplikagarri izango dira kontratu aurretik eman beharreko informazioaren inguruan. Baina lan honetan ez dugu horietan sakontzeko aukerarik izango hedadura kontuak direla eta.

Azkenik, eta kontratu aurreko informazioaren elementu garrantzitsu moduan, kontuan izan enpresariak emandako informazioa kontratu eskaintzara gehitzen den heinean loteslea dela enpresariarentzat. Ondorioz, kontsumitzaileak exiji dezake bertan adierazitakoaren betetzea.⁷⁴

5. KONTRATUAREN PERFEKZIONAMENDU UNEA ZEHAZTEA

Kontratuaren perfektzionamendu unea gai eztabaidatua izaten da negoziatzeko borondate deklarazioak absenteen artekoak direnean eta alderdien artean komunikazio berehalakoa ahalbidetzen ez duten teknikak erabiltzen direnean. Zailtasun horren adierazgarri da Kode Zibilean zein Merkataritza Kodean jasotzen direla honen inguruko xedapenak. Zuzenbide konparatura begiratzen badugu ere, erantzun desberdinak

⁷³ MENDOZA LOSANA, A.I. “Los contratos a distancia y celebrados fuera de establecimiento mercantil tras la directiva 2011/83/UE. Relación con la directiva de comercio electrónico y la directiva de servicios.” *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 1. zb., 2012. 6 or.

⁷⁴ Burgoseko Audientzia Probintzialaren 295/2007ko ekainaren 16ko Epaia.

aurkituko ditugu *common law* ordenamenduetan, zeinetan igorpenaren teoria nagusitzen den, eta ordenamendu kontinentaletan, zeinetan harreraren teoria lehenesten den.⁷⁵

Elkarrekin zuzenean harremanetan ez dauden alderdien arteko komunikazioak baliozkoak eta lotesleak noiz bihurtzen diren zehazteko hainbat irizpide erabili izan dira. Hauetako bakoitzak funtsean galdera bati erantzuten dio, ea zein alderdik jasan behar duen komunikazioa transmisio prozesuan galdu, desegin edo kaltetzearen arriskua.

Doktrinak lau teoriatan banatu ohi ditu aukera posibleak. Lehenengoa, igorpenaren teoria da, zeinaren arabera perfektionamendua gertatzen den onartzaileak bere borondate adierazpena igortzen duenean. Bigarrena, jaulkipenaren teoria dugu, honi jarraiki une erabakigarria onartzaileak onarpena bere eskuetan izateari utzi eta eskaintzailearengana bidean jartzen duenean da. Alegia, kontratua perfektionatuko da onartzaileak diligentziaz jokatura egin beharrekoa egin badu onarpena eskaintzailearengana zuzentzeko. Hirugarrena, harreraren teoria da, honen arabera kontratua sortzen da eskaintzeak bere egoitzan jasotzen duenean onarpena duen mezua. Eremu teknologikoan, eskaintzailearen interes eremura iristean dela ulertuko da jaso duela, hau da, mezua eskaintzailearen zerbitzari informatikoan sartzen denean. Azkenik, ezagutzaren teoriari jarraiki, kontratua perfektionatzen da eskaintzaileak onarpena ezagutzen duenean.⁷⁶

Espainiako legediari dagokionez, nahiz eta Merkataritza Elektronikoari buruzko Zuzentarauak ez zuen kontratuaren perfektio momentuari buruzko erregelarik harmonizatu, LSSI-ko 4. Xedapen Gehigarriak Kode Zibileko 1262. artikulua eta Merkataritza Kodeko 54. artikulua edukia aldatu zituen, bientzat eduki berdina aurreikusiz.

Aldaketa horren aurretik, bi testuetan irizpide desberdina jarraitzen zen, Kode Zibilean harreraren teoria eta Merkataritza Kodean igorpenaren teoria. Horrela, merkataritza kontratuaren berezitasuna alde batera utzi da. Doktrinaren alderdi baten ustez, aldaketa hori ez zen beharrezkoa, eta gainera, merkataritza kontratazioak zibilak

⁷⁵ EISELEN, S. "Electronic commerce and the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) 1980." *EDI Law Review* 6, 1999. 23 or.

⁷⁶ FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, R. *Contratación electrónica: la prestación del consentimiento en Internet*. J. M. Bosch, Bartzelona, 2001. 42-45 or.

baino berehalakotasun handiagoa izatea eskatzen jarraitzen du oraindik.⁷⁷ Beste batzuen iritziz, aldiz, egokia izan da bi testuetako erregelak bateratzea, obligazio eta kontratuen zuzenbidearen batasunera gerturatzeko gaituen heinean.⁷⁸

Artikulu hauetan ezarri zen eskaintza egiten duen pertsona eta onartzen duena leku desberdinean daudenean adostasuna egongo dela eskaintzaileak onarpena ezagutzen duenetik, edo, onartzaileak behin bidalita, ezin badu ez ezagutu fede onez jokotuta. Era berean, gailu automatikoen bidez egin diren kontratuen kasurako, adostasuna dago onartzaileak adierazten duen momentutik. Kasu honetan, legegileak igorpenaren teoria hautatzen du. Baina legeak ez du gailu automatikoen bidez egindako kontratuak zeintzuk diren argitzen.

Artikulu hauen erredakzioa oso kritikatu izan da doktrinaren aldetik.⁷⁹ Ikusten den moduan, irizpide bat baino gehiago konbinatzen ditu, eta horrek erantzun garbi bat ez izatea eragiten du. Badirudi hasiera batean ezagutzaren teoriaren alde egiten dela, baina harreraren teoriarekin zehatzuz fede txarrez jokatzeko denerako. Bi irizpide ezartzen badira ere (ezagutzarena eta harrerarena), ez du bien arteko lehentasun ordenarik ezartzen, “o” gaztelerazko juntagailua erabiltzen baita.

Irizpide baten edo bestearen erabilera jasotzailearen fede txarraren presuntzioan oinarritzen da. Baina zuzenbidean, berez, presuntzioak ez dira fede txarrean oinarritzen baizik eta fede onean, fede ona presumitu egiten denez gero. Horren ordez, egokiagoa litzateke kulpa edo diligentziari egin izan bazitzaion erreferentzia. Horrela, kontuan hartu beharko litzateke jasotzaileak, kasuko inguruabarrak ikusita, exijigarri zaion diligentziaz jokatu izan balu ezagutuko al zuen onarpena. Gainera, frogaren ikuspuntutik ere, erregela honetaz baliatu nahi denarentzat errazagoa da frogatzea diligentzia falta fede txarra baino.⁸⁰

⁷⁷ *Op. cit.* PLAZA PENADÉS, J. “III. El marco jurídico...”. 195 or.

⁷⁸ PERALES VISCASILLAS, M.P. “Sobre la perfección del contrato: el 'popurrí' de los 'nuevos' artículos 1262 del código civil y 54 del código de comercio”. *Revista de Contratación Electrónica* 33, 2002. 69 or.

⁷⁹ ILLESCAS ORTIZ, R. “Claroscuro con patitos. De nuevo sobre la legislación proyectada en materia de contratación electrónica”. *Revista de Contratación Electrónica* 27, 2002. 11-18 or. eta *Op. Cit.* PERALES VISCASILLAS, M.P. “Sobre la perfección...”. 71-72 or.

⁸⁰ *Op. Cit.* ILLESCAS ORTIZ, R. “Claroscuro con patitos...”. 10 or.

Nahasmen hori gutxi balitz, gailu automatikoekin egiten den kontratazioa eta bestelakoa desberdindu egiten ditu. Beraz, irizpide orokor bat ezartzen da eta irizpide berezi bat gailu automatikoetarako. Baina xedapenak ez du definitzen zer ulertu behar den gailu automatiko moduan, eta ez dago garbi kontratazio elektronikoa barneratzen duen ala ez.

Batzuen ustez, esapide zalantzarri horren atzean kontratazio elektronikoa barne hartzen da; bai, web-orri bateko ikonoetan klik egiten denean, baita mezu elektronikoko bidez egindako kontratuetan ere, mezu elektronikoen programan klikatzen baita.⁸¹ Beste batzuen ustez, web-orrietan klik eginez gauzatzen den kontratazioa sartuko litzateke, baina ez mezu elektronikoko bidez egiten dena. Soilik kasu hauetan zerbitzu prestatzaileak “berehala” jasoko duelako onarpena. Horrela, onarpena eta bere ezagutza (edo gutxienez harrera) aldiberekoak izango dira, eta ondorioz, perfekzio momentutzat hartu daiteke onarpenaren adierazpena.⁸² Azken batzuentzat, berriz, ez dago batera garbi kontratazio elektronikoa egin nahi ote zaion erreferentzia, ez baitu loturarik automatikoa izateak (hau mekanikarekin lotzen den kontzeptua izanik elektronikarekin baino gehiago) gizakiak urrunetik maneiatzen dituen ekipo elektronikoen.⁸³

Azkenik, doktrinak kritikatu du harreraren teoriaren aldeko apustua egin ez izana, hau izanik zuzenbide konparatuan urrunetik egindako kontrataziorako nagusitzen den irizpidea. Ildo honetatik, doktrinaren gehiengoaren ustez – eta baita neure iritziz ere – harreraren teoria da merkataritza elektronikoen errealitatera gehien egokitzen den irizpidea⁸⁴.

Honen arabera, kontratua perfektionatu dela ulertuko da elektronikoki igorri den onarpena eskaintzailearengana iristen denean. Gainera, nazioartera begiratzen badugu ere, harreraren teoria jasotzen da nazioarteko erakundeek adostutako lege testuetan, hauen artean esanguratsuenak, Salgaien Nazioarteko Salerosketei buruzko Nazio Batuen

⁸¹ *Op. cit.* PLAZA PENADÉS, J. “III. El marco jurídico...” 196 or.

⁸² PEGUERA POCH, M. “Capítulo IV: Servicios de la Sociedad de Información”, PEGUERA POCH, M. (Coor.) *Derecho y nuevas tecnologías*. UOC, Bartzelona, 2005. 183 or.

⁸³ *Op. Cit.* ILLESCAS ORTIZ, R. “Claroscuro con patitos...”. 14 or.

⁸⁴ *Op. Cit.* PLAZA PENADÉS, J. “III. El marco jurídico...” 196 or. eta ILLESCAS ORTIZ, R. “Claroscuro con patitos...”. 15 or.

Hitzarmena 15. eta 24. artikulua, 2010eko UNIDROIT printzipioak 1.10.2 eta 2.1.6.2. artikulua eta UNCITRAL Lege Modeloa 15 artikulua.

Horrela, kontratua perfekzionatuta geratuko da onarpena eskaintzailearengana iristen denean. Alegia, onartzailearen kontrol esparrutik behin aterata, mezua eskaintzailearen kontrol esparruan sartu denean,. Komunikazio elektronikoen kasuan, pertsona horren zerbitzari edo sistema informatikoan sartzen denetik ulertzen da kontrol esparrura iritsi dela,⁸⁵ hala nola, mezu elektronikoen sarrera ontzira iristen denetik mezua.⁸⁶ Une horretatik aurrera onarpena ezagutzeko aukera izango du, nahiz eta oraindik efektiboki onarpena ez ezagutu, esaterako, ez duelako begiratu mezurik iritsi al zaion.

Laburbilduz, Espainiako legediak kontratuaren perfekzionamenduari buruzko eraentza nahasgarria jasotzen du eta ez dio merkataritza elektronikoi beharrei erantzuten. Horregatik, komenigarriagoa litzateke arauketa hori alde batera utzi eta harreraren teoria bere egitea, eredu gisa hartuz aipatutako nazioarteko legeak.

6. ONARPENA JASO IZANA ADIERAZTEA

Behin alderdien arteko kontratua perfekzionatua izan denean ere, legeak zenbait informazio emateko obligazioa ezartzen dio enpresariari. Espainiako araudian obligazio hori LSSI 28. artikuluan arautzen da, baina bere jatorria Merkataritza Elektronikoi buruzko Zuzentarauko 11. artikuluan du. Artikulu hauen arabera, enpresariak eroslearen onarpena jaso izana adierazteko obligazioa du, gazteleraz “*acuse de recibo*” gisa ezagutzen dena.

Kontratazio elektronikoen eremuan legeak izaera orokorrez ezartzen dio eskaintza egiten duenari obligazio hau. Hala ere, bi supostu salbuesten dira (LSSI 28.3 art.): bata, kontratuko bi alderdiek hala adosten dutenean, bietako inor ez bada kontsumitzaile edo erabiltzailea; eta bestea, kontratua mezu elektronikoen bidez egin denean modu eskusiboan (edo komunikazio elektronikoko mota baliokide bidez).

⁸⁵ *Op. Cit.* MADRID PARRA, A. “Instrumentos de la CNUDMI/ UNCITRAL...”. 324 or.

⁸⁶ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario...”. 17 or.

Onarpena jaso duela adierazteko bi bide alternatibo jasotzen dira legean.⁸⁷ Lehenengo aukera, hartu-agiria mezu elektronikoko bidez (edo onartzaileak adierazi duen helbidearen baliokidea den beste komunikazio baten bidez) bidaltzea da onarpena jaso denetik 24 orduko epean. Bigarren aukera, kontrataziorako erabili den modu berean eta kontratazio prozesua amaitu bezain pronto erakustea da, baldin eta onartzaileak hartu-agiria gordetzeko aukera badu. Azken hau erosoagoa izan daiteke web-orri interaktiboaren bidez egiten den kontrataziorako, esaterako, nahikoa izango baita leiho bat irekitzea berrespena adieraziz, eta informazio hori onartzaileak jasotzeko aukera izatea.

Hasiera batean LSSIk zuzentzarauaren arauketa bera jasotzen duela adierazi badugu ere, baieztapen hori ez da guztiz zuzena, bien artean badelako desberdintasun txiki bat. Zuzentzarauko 11. artikuluan informazio gizarteko zerbitzu prestatzaile guztiei ezartzen zaie obligazioa, jasotzaileak eskaera bide elektronikoen bidez egin duenean. LSSIIn, aldiz, obligazioa kontratuaren onarpenarekin lotuta dago, eta ondorioz, obligazioa izango du onarpena jasotzen duenak. Baina jakina, onarpena jasotzen duen alderdia nor den aldatu egingo da salgaiak edo zerbitzuak komertzializatzen dituenak aktibitatea nola antolatu duenaren arabera. Hau da, gerta daiteke onarpena jaso izana adierazteko obligazioa duena eroslea izatea, eta ez informazio gizarteko zerbitzu prestatzailea. Hori gertatuko da, prestatzaileak eskaintzak egin beharrean eskaintzak egiteko gonbidapenak egiten dituen bere web-orrian. Orduan, kontsumitzailea izango da eskaintza egiten duena eta enpresaria onarpena adierazten duena. Kasu horretan, zerbitzu prestatzaileak eroslearen esku jarri beharko du aurrez aipatu dugun bi bideetako bat, erosleak bere obligazioa bete dezan.⁸⁸

LSSI 28. artikuluan arautzen da ere zein momentutan ulertzen den onarpena eta berrespena jaso direla. Legeari jarraiki, harrera unea kontsideratuko da komunikazio hori jaso behar duen alderdiak iritsi zaiola jakin dezakeen momentuan. Gainera, presuntzio bat ezartzen da hartu-agiri bidez adierazten denerako onarpena jaso izana, jasaotzaileak jakin dezakeela ulertzen da mezua bere posta elektronikoko kontuaren

⁸⁷ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario...”. 14 eta 15or.

⁸⁸ *Op. Cit.* De MIGUEL ASENSIO, P.A. “Contratación electrónica”... 45 or.

zerbitzarian sartu denetik edo komunikazioen harrerarako erabiltzen duen gailuan sartu denetik.

Espainiako legean jasotzen den irizpide honek ere Zuzentarauko 11. artikuluan du jatorria, zeinaren arabera eskaera eta hartu-agiria jaso direla ulertzen den jasotzaileak horietara sartzeko aukera duenetik. Era berean, legegile europar eta espainiarrak hautatuko soluzioa bat dator UNCITRALen Merkataritza Elektronikoiari buruzko Lege Modeloko 15. artikuluan jasotzen denarekin.

Doktrinak gai honen inguruan hausnartu izan du Zuzentarauko 11. artikuluan onarpena jaso izana adierazteko obligazioari eman zaion kategoriaren inguruan. Izan ere, lehen begirada batean badirudi printzipio gisa aurreikusten dela. Horrela, kontratu elektronikoaren perfektzionamendurako printzipio berri baten aurrean egongo ginateke. Ez litzakelako nahikoa izango kontratua perfektzionatzeko jasotzaileak onarpena ezagutzearekin, beharrezkoa izango litzateke azken honek onarpena jaso duela berrestea. Interpretazio hau bat etorriko litzateke ukanbeharrei printzipio izaera ematearekin. Baina aztertu behar da ea xedapena teknikoki printzipioa al den ala ez.⁸⁹

Hala balitz, Europar Batasuneko estatu kideak behartuta egongo lirateke kontratu zuzenbideko printzipioak aldatzera, kontratu elektronikoaren perfektzionamenduari dagokionez. Horrela, alde batera geratuko lirateke lehen azaldutako perfektzionamendu unearen inguruko lau teoriak, eta sistema berri baten aurrean egongo ginateke, berrespenaren teoria deitu genezakeena. Honen arabera, kontratua perfektzionatzeko eskaintzaileak onarpena jaso eta ezagutzeaz gain, onarpena jaso duela adieraztean perfektzionatuko litzake kontratua.

Tesi hau onartuko balitz, zenbait abantaila praktiko izango lituzke. Kontratu elektronikoan hain eraketa sisteman konplexuaren bidez behin perfektzionatu denean, erraza izango litzateke bere existentzia frogatzea. Horrek segurtasun juridikoa emango lioke kontratazio elektronikoari.

⁸⁹ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, R. *Contratación electrónica: la prestación...* 68 or.

Baina abantaila horren aurrean, berrespenaren tesi hau jarraitzea Espainiako zuzenbide pribatuko printzipioen aurka joango litzateke. Eta are okerragoa dena, alderdietako baten (eskaintzailearen) esku geratuko litzateke kontratuaren perfektionamendua, onartzailearen onarpenaren ondotik aurrez egindako eskaintzaz damutuko balitz, nahikoa izango luke onarpena jaso duela ez adieraztearekin kontratua ez sortzeko. Hori Kode Zibileko 1256. artikuluaen aurka joango litzateke, kontratuaren baliozkotasuna eta betetzea ezin baita kontratuko alderdietako baten esku utzi.

Bestetik, Zuzentaraua ez da estatuen obligazioen printzipioak aldatzen dituen araua, baizik jarraitu beharreko baldintzen oinarriak ezartzen ditu. Kasu honetan, ez du zehazten onarpena jaso izana adieraztea kontratuaren perfektionamendurako baldintza al den edo kontratua perfektionatu ondorengo obligazioa. Horregatik, inguruabar guztiak kontuan izanda, egokiago da kontratua perfektionatu ondorengo obligazioa dela ulertzea, eta ez kontratuaren perfektionamendurako baldintza.⁹⁰

Beraz, obligazio hau ez betetzeak ez dio eragingo kontratu-harremanaren existentziari eta kontratuaren obligaziozkotasunari. Berrespenak berme funtzioa baino ez du betetzen, kontratazioari segurtasun juridiko emanez. Hori dela eta, obligazioaren ez-betetzea izaera zibil edo administraziozko zehapenen bidez zigortua egon daiteke. Baina ez-betetzeak ez dio eragingo kontratuaren existentzia eta baliozkotasunari, kontratua lehenago perfektionatu baita.

V. ATZERA EGITEKO ESKUBIDEA

Kontratazio elektronikoa atzera egiteko eskubidea kontsumitzaileen babeserako ezinbesteko elementu bihurtu da. Izan ere, kontratazio elektronikoa, eta orokorrean, urrunetik egiten diren kontratuetan, kontsumitzaileak ezin izaten du produktua aurrez aurre ikusi eskaera egin aurretik, eta ezin du jakin ondasunak bat egiten al duen merkatariak emandako deskribapenarekin.⁹¹ Ideia hori abiapuntutzat hartuta, Europar

⁹⁰ *Op. Cit.* PLAZA PENADÉS, J. “III. El marco jurídico...” 197-198 or.

⁹¹ CAMACHO CLAVIJO, S. “El derecho de desistimiento unilateral en la contratación electrónica (Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista)”. *Diario La Ley* 6466 zb., 2006. 1 or.

Batasuneko Legegileak kontsumitzailearen atzera egiteko eskubidea arautu du 2011/83/UE Zuzentarauan, eskubide honen erregulazioa Europar Batasun osorako harmonizatuz.

Eskubide honen baitan, kontsumitzaileak atzera egin dezake jada perfektionatua izan den kontratuan, eta ez du azaldu behar zein izan den kontratua bertan behera uztera bultzatu duen arrazoa, hau da, eskubidearen egikaritzea guztiz librea da kontsumitzailearentzat.

Gai honek kontratazio elektronikoan, eta bereziki, kontsumitzaileen babesean duen garrantziaren jakitun izanda, Kontsumitzaileen Legeak xehetasun handiz arautzen du atzera egiteko eskubidea urrunetik egindako kontratuetan. Bere erregulazioa berriki aldatua izan da 3/2014 Legearen eskutik, 2011/83/UE Zuzentaruaren zuzenbide espainiarrean barneratuz. Gaur egun, KL 68-79 artikuluetan eta 102-108 artikuluetan arautzen da. Lehenengo artikulua multzoan, atzera egiteko eskubidearen eraentza orokorra ezartzen da; eta bigarrenean, urrunetik egindako kontratu eta merkataritza establezimendutik kanpo egindako kontratuetakoa arauketa jasotzen da.

Hala ere, espainiar legegileak ez du asmatu doktrinaren itxaropenak betetzen Zuzentaruaren transposizioa egiterakoan. 3/2014 Legea onartu zenean kritika ugari azaleratu ziren atzera egiteko eskubidearen arauketa desegokitzat joz. Adituen arabera legegileak ez zuen aukera baliatu atzera egiteko eskubidearen arauketari koherentzia emateko, lege berean bi kapitulutan banatzen baita gai honen inguruko erregulazioa.⁹²

Lege honi jarraiki atzera egiteko eskubidearen kontzeptua definituko litzateke kontsumitzaile edo erabiltzaileak kontratua efekturik gabe uzteko duen ahalmen moduan, beti ere, eskubidearen egikaritzarako ezartzen den epean kontratuko beste alderdiari jakinaraziz, bere erabakia justifikatu beharrik gabe eta penalizaziorik gabe.⁹³

Bere helburua kontsumitzaileari azkar eta modu eraginkorrean kontratua bertan behera uzteko aukera ematea da, kontratu zuzenbidearen bide arruntak (deuseztasuna eta deusezgarritasuna) alde batera utziz, zeinak beharrezkoa duten prozedura judiziala. Horregatik esan daiteke eskubidearen funtsa arrazoi juridikoetan baino gehiago arrazoi

⁹² *Op. Cit.* CARRASCO PERERA, A. "Texto refundido...". 2-3 or.

⁹³ *Op. Cit.* LÓPEZ JIMÉNEZ. "El derecho de desistimiento...". 3or.

ekonomikoetan dagoela, kontsumoa sustatzeko helburuarekin.⁹⁴ Perfekzionatua izan den kontratua alderdi baten borondatearen esku uzten baita, aldebakarki eta motibaziorik gabe efektu gabe utzi dezakeelako kontratua.

Hala ere, gaur egun doktrina espainiarraren gehiengoak atzera egiteko eskubidea perfekzionatutako kontratu baten gainean ematen dela onartzen badu ere⁹⁵, doktrinaren zati batek defendatu izan du kontratua ez dela perfekzionatzen kontsumitzaileak atzera egiteko eskubidea egikaritzeko duen epea amaitu agortu arte.⁹⁶

Jarraian datozen ataletan, merkataritza elektronikoaren bidez sortzen diren kontratuak urrunetik egindako kontratuen multzoan sartzen direnez, hauei dagokion arauketa aztertuko dugu (KL 102-108 art.).

1. NOLA EGIKARITU ESKUBIDEA

Hasteko, 102. artikulua urrunetik kontratatzen duen kontsumitzaile eta erabiltzaile ororentzat onartzen du atzera egiteko eskubidea, 14 egun naturaleko epean eta legean aipatu gabeko kostu gehigarririk gabe. Gainera, eskubidearen errenuntzia inposatzen duten edo eskubidea egikaritzeagatik penalizazioak aurreikusten dituzten kontratuko klausulak deusezak izango dira.

Hasiera batean, atzera egiteko eskubidea kontsumitzaile guztiei onartzen bazaie ere, 103. artikulua salbuespenen zerrenda luzea jasotzen du. Bertan agertzen diren kontratu guztiei ez zaie aplikagarri jarraian azalduko dugun erregulazioa, besteak beste, kontsumitzaileak esandakoaren arabera pertsonalizatuak izan diren ondasunak, zerbitzu kontratuak zerbitzuaren exekuzioa burutu denean kontsumitzailearen adostasunarekin, azkar iraungitzen diren produktuenak, e.a.

Kontsumitzaileak atzera egiteko eskubidea egikaritzeko epeari dagokionez, 7 eguneko epea zena, azken erreformaren bidez 14 eguneko epera zabaldu da. Baina merkataria ez bazuen kontsumitzailea informatu atzera egiteko eskubidearen inguruan

⁹⁴ DIÉGUEZ OLIVA, R. "El derecho de desistimiento en el marco común de referencia". *InDret*, 2. zb. 2009. 8 or.

⁹⁵ *Op. Cit.* CAMACHO CLAVIJO, S. "El derecho de desistimiento...". 1 or.

⁹⁶ FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A. "El derecho de revocación del consumidor en los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles: algunos problemas derivados de la Ley 26/1991". *Revista de Derecho Mercantil* 208, 1993. 598 or.

(baldintzak, epea, nola egikaritu eta inprimaki eredua) automatikoki epea 12 hilabetera zabalduko da, hasierako atzera egiteko epea amaitzen denetik kontatzen hasita.

Zuzentaraua onartu aurretik autore batzuen aburuz, aukerarik egokiena epea mugagabe irekita mantentzea zen kontsumitzaileak beharrezko informazioa jaso bitartean, enpresaria bere obligazioak betetzera bultzatzeko biderik eraginkorrena zelakoan. Are gehiago, ezer gutxirako balioko dio kontsumitzaileari epea luzeagoa aurreikusteak eskubidea ezagutu gabe jarraitzen badu.⁹⁷ Baina ikusten denez, legegileak ez zuen aukera honen alde erabaki.

Epeari dagokionez, kontsumitzailea epe barruan dabilen ala ez jakiteko, kontatzen noiz hasi jakitea ezinbestekoa da, eta legeak zenbait supostu bereizten ditu. Zerbitzu kontratua denean epea kontatzen hasiko da kontratua ospatu den egun beretik; eta aldiz, salmenta kontratuen kasuan, arau orokor gisa, kontsumitzaileak ondasunen edukitza materiala lortzen duenetik. Hala ere, salmenta kasuan supostu berezi batzuk aurreikusten dira. Kontsumitzaileak eskaera berean enkargatutako ondasun anizkunak bananduta entregatzen direnean edo hainbat piezak osatutako ondasuna denean, azken ondasuna edo pieza jasotzen denean hasiko epea kontatzen. Aldiz, epe batean zehar ondasunen entrega aldizkakoa egiten denean, lehenengo ondasuna eskuratzean hasiko da epea.

Atzera egiteko eskubidea kontsumitzaile edo erabiltzearen aldebakarreko deklarazio bidez egikaritzen da. Kontsumitzaileak enpresariari bere erabakia jakinarazi behar dio epe barruan, legean bertan eranskin gisa datorren inprimakiaz baliatuz (B eranskina) edo beste modu baten adierazitako zalantzarik gabeko deklarazio bidez. Enpresariak aukera eman behar dio kontsumitzaileari adierazpena baliabide elektronikoen bidez egiteko, hau jaso izanaren adierazpena eginez euskarri iraunkorrean, esaterako, mezu elektronikoen bidez (KL 106 art.).

Zalantza sortzen du, ordea, doktrinaren artean, ea nola ulertu behar den “*otro tipo de declaración inequívoca*” esapidea. Zuzentarauaren 44. kontuan hartuzkoaren arabera, gutun bat, telefono dei bat edo ondasunen itzulketa deklarazioa argi batekin batera uler daitezke kontzeptu horren barruan. Hala ere, doktrinaren iritziz, nahikoa izan

⁹⁷ BELUCHE RINCÓN, I. “Algunas notas sobre el derecho del consumidor a desistir el contrato”. *Diario La Ley*, 7182. zb., 2009. 4 or.

daiteke besterik gabe ondasunak itzultzearekin, hau deklarazio batez lagundu beharrik gabe. Gauza bat baita borondatea deklaratzeko modua eta bestea berau adierazi izanaren froga.⁹⁸ Baina ez da argi geratzen beste deklarazio mota inplizituak baliozkoak ote diren, esaterako, ordainketa kreditu txartel bidez egin denean, kargua deuseztatzeko eskatzea.

Enpresariak obligazioa du kontsumitzaileari atzera egiteko inprimaki eredua emateko, baina inprimakia web-orrian jartzea hautazkoa da. Hautazkoa den bezala kontsumitzailearentzat inprimakia erabiltzea.

Gainontzekoan, nahikoa da adierazpena epe barruan egitea, enpresariak epea igaro ondoren jakiten badu ere. Baina atzera egiteko nahia adierazi izanaren eta epe barruan egin izanaren frogaren karga kontsumitzaileari dagokio. Horregatik, komenigarria da kontsumitzaileak kontuan hartzea hori, eta adierazpena euskarri iraunkorrean gordetzea. Baina kontsumitzaileak adierazpena *online* egin badu, eta enpresariak ez badio jaso duela baieztatu, 106.3 artikuluan ezartzen den bezala, kontsumitzaileak ez du izango frogatzeko biderik. Hortaz, kasu hau salbuespen gisa ez aurreikusi izana faltan bota du doktrinak.⁹⁹

Dena den, atzera egiteko eskubidea epe barruan ez egikaritu izana, ez da oztopo izango ondoren kontratua deuseztatzeko edo suntsiarazteko zuzenbidearekin bat datozen akzioak egikaritzeko.¹⁰⁰

2. ATZERA EGITEAREN EFEKTUAK

Atzera egiteko eskubideak harreman kontraktuala bertan behera uzten du *ex tunc* efektuekin.¹⁰¹ Kontratuan atzera egitearen ondorio nagusia da alderdien obligazioak

⁹⁸ MUNAR BERNAT, P.A. “La ampliación del plazo del derecho de desistimiento (arts. 71, 74.4, 76, 76 bis y 77 TRLGDCU) y su nueva regulación en los contratos celebrados a distancia y fuera del establecimiento mercantil (arts. 102 a 108 TRLGDCU).” *LA LEY mercantil*, 9. zb., 2014. 11 or.

⁹⁹ *Ibid.* 11 or.

¹⁰⁰ *Op. Cit.* FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario...”. 21 or.

¹⁰¹ BERMÚDEZ BALLESTEROS, M.S. “La nueva regulación del derecho de desistimiento a la luz de la ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el TRLGDCU”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 9 zb., 2014. 108 or.

iraungitzen direla, eta horrekin batera, obligazio berri bat sortzen da, jasotakoa itzultzeko obligazioa.

Enpresariak kontsumitzailearengandik jasotako ordainketen zenbatekoa itzuli beharko du, baita entrega gastuak ere – baina kontsumitzaileak entrega modu arrunta baino garestiagoa den beste modu bat hautatu bazuen, bere kontura izaten jarraituko du gastu gehigarriak. Enpresariak atzerapenik gabe itzuli behar du dirua, eta gehienez 14 eguneko epean.¹⁰² Gainera, justifikatutako arrazoirik gabe atzeratzen bada enpresaria, zor zaion kopuruaren bikoitza erreklamatu diezaioke kontsumitzaileak, kalte-galerengatik ordaina jasotzeko eskubidea galdu gabe. Hala ere, enpresariak dirua atxiki ahal izango dio ondasunak jaso arte edo ondasunen itzulketaren froga izan arte, enpresaria ondasunak berak jasotzera konprometitu bada salbu.

Kontsumitzailearen obligazioei dagokionez, ondasunak enpresariari itzuli behar dizkio erabakia jakinarazi duenetik 14 eguneko epean. Gainera, berari dagokio ondasunak itzultzearen gastuak (garraioa, bilgarria, e.a.) ordaintzea, salbu enpresariak bere kontura izatea onartu badu esanbidez edo obligazio hori kontsumitzaileari jakinarazi ez dionean.

Kontsumitzaileak, printzipioz, ez du gauzaren balio gutxitzeaz erantzungo. Soilik erantzungo du ondasunaren ezaugarriak eta funtzionamendua aztertzeko beharrezkoa ez den erabilera edo manipulazioa egin dionean. Baina kasu honetan ere ez du erantzungo balio gutxitzeaz enpresariak ez bazuen atzera egiteko eskubidearen inguruan informatu. Beraz, ez du erantzungo gauza probatzetik eratortzen den balio galeraz, ezta gauzak jasandako kalteengatik edo galtzeagatik ere, egoera horiek ekiditeko arretaz (arreta maila ertaina baino ez galdagarri) jokatu badu.¹⁰³ Azken bi kasu horiek arau orokorren bidez eraenduko dira, hau da, Kode Zibileko 1094. eta 1104. artikulua, eta kasu bakoitzeko inguruabarren arabera baloratuko da nahiko arretarekin jokatu den ala ez.

¹⁰² Azken erreformaren aurretik, dirua itzultzeko legeak ezartzen zuen gehieneko epea 30 eguneko zen.

¹⁰³ *Op. Cit.* DIÉGUEZ OLIVA, R. “El derecho de desistimiento...”. 12 or.

Ildo honetatik, Europako Erkidegoetako Justizia Auzitegiak¹⁰⁴ kontsumitzailearen erantzukizunaren inguruko auzi bati erantzuna ematerakoan ebatzi zuen ezin zaiola modu orokorrean kontsumitzaileari kalte-ordaina ordaintzeko obligazioa ezarri urrunetik egindako kontratu baten baitan eskuratu duen ondasuna erabiltzeagatik, hori ez datorrelako bat atzera egiteko eskubidearen helburuarekin. Izan ere, kontsumitzaileak kalte-ordaina ordaindu behar izango balu ondasuna bere edukitzepean izan duen denboran gauza erabiltzeko aukera izateagatik, soilik kalte-ordain hori ordainduz egikaritu ahal izango luke bere eskubidea.

Auzitegiaren arabera, ondorio hori 97/7 Zuzentarauaren 6. artikuluan xedatzen denarekin eta bere helburuarekin kontraesanean egongo litzateke. Are gehiago, zuzentarauak kontsumitzaileari ematen dion hausnarketa epea askatasun osoz eta inolako presiorik gabe erabiltzeko aukera kenduko lioke. Era berean, urruneko kontratu bidez eskuratutako gauza aztertu eta probatze hutsagatik kontsumitzailea kalte-ordaina ordaintzera behartzeak ere kolokan jarriko luke atzera egiteko eskubidearen eraginkortasuna.

Laburbilduz, atzera egiteko eskubidearen helburua hori bera izanik, hau da, kontsumitzaileak gauza aztertu eta probatzean erabakitzea ea bere beharretara egokitzen den ala ez, ezin daiteke onartu kontsumitzaileak eskubidea egikaritzeko aukera izateko kalte-ordaina ordaindu behar izatea.

VI. ONDORIOAK

Ez dira urte asko igaro merkataritza elektronikoa herritarren bizitzara iritsi zenetik, baina badirudi geratzeko etorri zela. Geroz eta pisu gehiago ari da hartzen salmenta bolumenei dagokionez eta kontratazio teknika honen erabilpena kontsumitzaileen artean orokortzen ari da. Errealitate sozio-ekonomiko honek erronka berriak sortu ditu zuzenbidearentzat, eta egoera berrira egokitzen diren erantzunak sortzeko beharra ekarri du.

¹⁰⁴ Europako Erkidegoetako Justizia Auzitegia (Lehenengo Salaren) 2009ko irailaren 3ko Epaia. Pia Messner vs. Firma Stefan Krüger kasua

Horregatik, nazioarteko nahiz estatu mailako legegileek hainbat lege eta arau onartu dituzte azken urteetan merkataritza elektronikoa arautzen. Era berean, legelariak arau horiek aztertu eta beren inguruko kritikak egin dituzte.

Lan honetan zehar ikusi ahal izan dugunez, legegileek ahalegin handiak egin dituzte segurtasun juridikoa bermatzeko merkataritza elektronikoa. Arauketa hauek alderdi ahulenaren babesa izan dute helmuga, eta horrek, jakina, balorazio positiboa merezi du gure partetik. Izan ere, kontratazio mota tradizionalan kontsumitzailea desoreka egoeran aurkitzen bada enpresariarekiko, ahulezia hori are nabarmenagoa da merkataritza elektronikoa, kontsumitzaileak ez baititu ez enpresaria ez eta erosiko duen produktua ezagutzen enpresariak emandako deskribapenetatik izan ezik. Ideia hori abiapuntutzat hartuta, bat nator aldarrikatzen dutenekin ezinbestekoa dela kontratazio tradizionalan eskaintzen zaizkion baino babes neurri sendoagoak jartzea kontsumitzailearen eskuetan elektronikoki perfektionatutako kontratueterako .

Horrela, desorekaren kontrapisu gisa aurreikusten dira aztertu ditugun zenbait neurri, hauen artean esanguratsuenak, enpresariak kontratu aurreko informazioa emateko obligazioa eta kontsumitzaileak kontratuan atzera egiteko eskubidea. Modu honetan ekidin nahi da kontsumitzailea bere beharretara egokitzen ez den kontratu baten bidez lotuta geratzea.

Dena den, kontsumitzailea babesteko ahaleginak positibo gisa kalifikatu baditugu ere, Espainiako arauetan hobetu beharko lirakeen hainbat aspektu ere identifikatu ditugu gure azterketan zehar. Beraz, lan honi amaiera emateko hutsune batzuk azpimarratu nahi nituzke.

Hasteko, legeetan erantzun gabe uzten da publiko zehaztugabeari zuzendutako komunikazio komertzialen gaia. Araudiak ez du finkatzen zein den berauen izaera, eta interpretazio desberdinen esku uzten da hauek kontratu eskaintza edo eskaintza komertzial gisa kalifikatzea. Espainiako doktrina ere guztiz zatituta dago puntu honetan, eta iritzi kontrajarriak dituzten bi korrante daude. Horregatik, espainiar legegileak bi aukeretako baten alde egin behar luke, eztabaida doktrinalari amaiera emango dion araua onartuz lehenbailehen.

Hobetu beharrekoekin jarraituta, kontratuaren perfektionamendu momentua finkatzen duten artikuluak ere erreformatu egin behar lirake. Gai honen inguruko

erregulazioa ez da inolaz ere egokia. Artikuluek hutsune asko dituzte eta interpretaziorako txoko gehiegi uzten dituzte, horien artean deigarriena, ez dela argi geratzen merkataritza elektronikoari zein erregela zaion aplikagarri. Horregatik, idazkera ilun eta desegokia alde batera utzi, eta modu argian harreraren teoria onartu beharko litzateke Espainian ere, hori izanik nazioartean zein doktrinaren iritziz merkataritza elektronikora ondoen egokitzen den irizpidea.

Azkenik, merkataritza elektronikoaren aspektu desberdinak arautzen dituzten legeak bateratzeko proposatuko nuke. Lan osoan zehar ikusi ahal izan dugu arauketa lege sektorialetan barreiatuta dagoela, eta guk gehienbat, LSSI eta Kontsumitzaileen Legea izan baditugu ere hizpide, beste hainbat ere badira merkataritza elektronikoaren gai desberdinak arautzen dituztenak. Legeen sakabanaketa honek segurtasun juridikoa kaltetzen du. Hori dela eta, begi onez ikusiko nuke legeen bateratze sistematikoa burutzea. Lan horretarako, UNCITRAL erakundearen testuak proposatuko nizkioke espainiar legegileari erreferentzia gisa, bereziki, testu horien egitura sistematikoa eta argitasuna direla medio.

Hau guztia dela eta, Espainiako legegileak hasitako bideari heldu behar dio, merkataritza elektronikoa erregulatuz segurtasun juridikoaren mesedetan, eta beti ere, kontsumitzailea babestuz enpresariak egin ditzakeen gehiegikerien aurrean. Baina bide horretan, oraindik pausu batzuk eman beharrean dago helmugara iritsi nahi bada. Horretarako, kontratuaren perfektionamenduaren gaian bederen, aipatu berri ditugun puntuak hobetzetik has daiteke.

VII. BIBLIOGRAFIA

BELUCHE RINCÓN, I. “Algunas notas sobre el derecho del consumidor a desistir el contrato”. *Diario La Ley*, 7182. zb., 2009.

BERMÚDEZ BALLESTEROS, M.S. “La nueva regulación del derecho de desistimiento a la luz de la ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el TRLGDCU”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 9 zb., 2014.

BOTANA GARCÍA, G.M. “La protección de los consumidores en los contratos electrónicos”. *Actualidad Civil* 3, 2015.

BUSTO LAGO, J.M., ÁLVAREZ LATA, N., PEÑA LÓPEZ, F. “Los contratos electrónicos”. *Reclamaciones de consumo*. Thomson Reuters Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa), 2010.

CALVO BUEZAS, J. “El concepto de establecimiento permanente y el comercio electrónico” *Cuadernos de Formación*, 6 zb., 2008.

CAMACHO CLAVIJO, S. “El derecho de desistimiento unilateral en la contratación electrónica (Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista)”. *Diario La Ley* 6466 zb., 2006.

CARRASCO PERERA, A. “Texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios (Real Decreto Legislativo 1/2007). Ámbito de aplicación y alcance de la refundición.” *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, 5. zb., 2008.

DE MIGUEL ASENSIO, P.A. “Contratación electrónica”. *Estudios y Comentarios Legislativos. Derecho Privado de Internet*. Civitas, Madrid. 2015.

DIÉGUEZ OLIVA, R. “El derecho de desistimiento en el marco común de referencia”. *InDret*, 2. zb. 2009.

DÍEZ-PICAZO, L. *Fundamentos del Derecho Civil Patrimonial: Introducción Teoría del Contrato*. Thomson Civitas, Madrid, 2007.

EISELEN, S. “Electronic commerce and the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) 1980.” *EDI Law Review* 6, 1999.

FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A. “El derecho de revocación del consumidor en los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles: algunos problemas derivados de la Ley 26/1991”. *Revista de Derecho Mercantil* 208, 1993.

- “Aspectos fundamentales de la contratación electrónica”. GÓMEZ SEGADE, J.A. (Dir.), FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., TATO PLAZA, A. (Coords.) *Comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons, Madrid. 2001.
- “Régimen jurídico de la contratación en Internet”. GÓMEZ SEGADE, J.A. (Dir.), FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., TATO PLAZA, A. (Coords.) *Comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons, Madrid. 2001.

FERNÁNDEZ BURGUEÑO, P. “Derechos del usuario de comercio electrónico”. PORTO CORTÉS, A. (Coor.) *Manual de Derecho de Consumo*. Lex Nova, Valladolid. 2013.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, R. *Contratación electrónica: la prestación del consentimiento en Internet*. J. M. Bosch, Bartzelona, 2001.

FONT GALÁN, J.I. “Publicidad comercial y contrato con consumidores. Conexiones funcionales y normativas: sustantivación obligacional e integración contractual de las ofertas promocionales y publicitarias.” *Revista de Derecho Patrimonial*, 25 zb., 2010.

GÓMEZ SEGADE, J.A. “El comercio electrónico en la sociedad de la información”. GÓMEZ SEGADE, J.A. (Dir.), FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., TATO PLAZA, A. (Coords.) *Comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons, Madrid. 2001.

ILLESCAS ORTIZ, R. “Clarusculo con patitos. De nuevo sobre la legislación proyectada en materia de contratación electrónica”. *Revista de Contratación Electrónica* 27, 2002.

ILLESCAS ORTÍZ, R./ PERALES VISCASILAS, P. *Derecho Mercantil Internacional. El derecho uniforme*. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 2003.

LÓPEZ BELTRÁN DE HEREDIA, C. “Contratos electrónicos anulables”. *Revista Aranzadi de Derecho y Nuevas Tecnologías* 21, 2009.

LÓPEZ JIMÉNEZ, D. “El derecho de desistimiento en el ámbito de la contratación electrónica”. *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, 18 zb., 2010.

MADRID PARRA, A. “Instrumentos de la CNUDMI/ UNCITRAL sobre el comercio electrónico (contratación, firma y comunicaciones comerciales)”, PLAZA PENADÉS, J.(Dir.) *Derecho y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Thomson Reuters Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa). 2014.

MENDOZA LOSANA, A.I. “Información precontractual en la directiva 2011/83: novedades, exigencias y carencias.” *Revista CESCO de Derecho de Consumo* 1, 2012.

- “Los contratos a distancia y celebrados fuera de establecimiento mercantil tras la directiva 2011/83/UE. Relación con la directiva de comercio electrónico y la directiva de servicios.” *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 1. zb., 2012.

MIRANDA SERRANO, L.M. “La oferta pública de contrato: entre la solución vienesa y el criterio tradicional español.” *Revista de Derecho Patrimonial*, 27 zb., 2011.

MUNAR BERNAT, P.A. “La ampliación del plazo del derecho de desistimiento (arts. 71, 74.4, 76, 76 bis y 77 TRLGDCU) y su nueva regulación en los contratos celebrados a distancia y fuera del establecimiento mercantil (arts. 102 a 108 TRLGDCU).” *LA LEY mercantil*, 9. zb., 2014.

NÚÑEZ ZORRILLA, M.C. “Análisis de algunos aspectos de la compraventa europea de consumo de bienes celebrada por medios electrónicos”. *Revista General de Derecho Europeo*, 34 zb., 2014.

OECD. “Electronic and Mobile Commerce”, *OECD Digital Economy Papers*. 228 zb., OECD Publishing, 2003. Ikus, <http://dx.doi.org/10.1787/5k437p2gxw6g-en>

ONTSI (Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información). *Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2013*. 2014ko edizioa.

PEGUERA POCH, M. “Capítulo IV: Servicios de la Sociedad de Información”, PEGUERA POCH, M. (koor.) *Derecho y nuevas tecnologías*. UOC, Bartzelona, 2005.

PERALES VISCASILLAS, M.P. “Sobre la perfección del contrato: el 'popurrí' de los 'nuevos' artículos 1262 del código civil y 54 del código de comercio”. *Revista de Contratación Electrónica* 33, 2002.

PÉREZ CONESA, C. “Contratación electrónica (contratación celebrada por medios telemáticos)”. *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, 20 zb., 2000.

PLAZA PENADÉS, J. “III. El marco jurídico de la contratación electrónica”. PLAZA PENADÉS, J.(Dir.) *Derecho y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Thomson Reuters Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa). 2014.

SÁNCHEZ GÓMEZ, A. “Comentario al art. 97 de la TRLGDCU”, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.) *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias*. Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa), 2009.

- “Comentario al art. 98 de la TRLGDCU”, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.) *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias*. Aranzadi, Behe Zizur (Nafarroa), 2009.

VÁZQUEZ-PASTOR JIMÉNEZ, L. “Los requisitos formales de los contratos a distancia tras la reforma del texto refundido de la ley general de defensa de consumidores y usuarios”. *Revista Aranzadi Doctrinal*, 7. zb., 2014.

VEIGA COPO, A.B. “La contratación electrónica del seguro”. *Revista de Derecho Mercantil*, 244 zb., 2002.

VICENT CHULIÁ, F. *Introducción al Derecho Mercantil. Volumen II*. Tirant lo Blanch, Valenzia, 2012.

WINN, J.K; WRIGHT, B. *Law of Electronic Commerce*. Aspen Publishers, Gaithersburg (Ameriketako Estatu Batuak). 2004

ZURILLA CARIÑANA, M.A. “La reforma de los artículos 60 y 97 en la ley de modificación del TRLGDCU. ¿Hay algo nuevo que merezca la pena?”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo* 9, 2014.

VIII. ERREGULAZIOA

OECD MINISTERIAL CONFERENCE "A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce". Ottawa (Kanada), 1998. Ikus, [http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&ote=sg/ec\(98\)14/final](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&ote=sg/ec(98)14/final)

OECD. "Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce". 1999. Ikus, <http://www.oecd.org/sti/consumer/34023811.pdf>

OECD "Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders". 2003.

UNCITRAL. "Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional". Batzar Nagusiak onartutako 51/162 Ebazpena. 1996.

UNCITRAL. "Ley Modelo sobre las Firmas Electrónicas, de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional". Batzar Nagusiak onartutako Ebazpena 56/80. 2002

UNCITRAL. "Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales". New York, 2007.

UNCITRAL. "Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías". New York, 2011

Directiva 1999/93/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de diciembre de 1999 por la que se establece un marco comunitario para la firma electrónica.

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico)

Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se

derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

Reglamento (UE) 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de julio de 2014 relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior y por la que se deroga la Directiva 1999/93/CE

Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio.

Real Decreto de 24 de julio de 1889, texto de la edición del Código Civil

Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica

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 y otras leyes complementarias.

IX. JURISPRUDENTZIA

Europar Batasuneko Justizia Auzitegiaren 2008ko urriaren 16ko Epaia, C-298/07. Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände vs. deutsche internet versicherung AG kasua.

Europako Erkidegoetako Justizia Auzitegia (Lehenengo Salaren) 2009ko irailaren 3ko Epaia. Pia Messner vs. Firma Stefan Krüger kasua

Burgoseko Audientzia Probintzialaren 295/2007ko ekainaren 16ko Epaia