

José Juan CASTELLÓ PASTOR; Alejandro GUERRERO PÉREZ y Miriam MARTÍNEZ MARTÍNEZ, dirs. *Derecho de la contratación electrónica y comercio electrónico en la Unión Europea y en España*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2021. 794 pp. ISBN 9788413782263

La obra colectiva que es objeto de reseña tiene como denominador común el estudio, de carácter transversal e interdisciplinar, del Derecho de la contratación electrónica y el comercio electrónico en la Unión Europea y, por ende, en España. La monografía se refiere al marco legislativo, administrativo y judicial respecto a las actividades efectuadas por parte de los diversos operadores de Internet. El examen se realiza desde diversas perspectivas, a saber: el ámbito regulatorio de la competencia; la tutela de los consumidores y/o usuarios; la protección de datos de carácter personal; el espacio contractual y la resolución de conflictos en línea. Además de las apreciaciones que se formulan, respecto a la situación en España y Europa, la obra también incluye diversos capítulos que aluden a la materia analizada en el ámbito del Derecho comparado (Estados Unidos, Japón, Brasil y México).

El capítulo inicial de la obra, a cargo de González de León Berini, trata sobre la evolución del comercio electrónico en la Unión Europea y en España. En el mismo se expone la situación actual, en cifras, del comercio electrónico, así como sus perspectivas de futuro. Especialmente sugerentes resultan las apreciaciones que se formulan respecto al futuro del comercio electrónico. Gran parte de las modificaciones acontecidas en los últimos tiempos se han potenciado a raíz de la pandemia del coronavirus. De hecho, una parte significativa de cambios se han acelerado, fruto del covid-19, erigiendo tales en estructurales y no coyunturales. La separación entre el comercio digital y el tradicional resulta cada vez más difusa. Como apunta el autor, el comercio no puede entenderse sin su versión on-line. Por ello, vamos hacia un mundo en el que la economía es digital y el comercio es electrónico.

Las obligaciones de información de los prestadores de servicios de contratación de bienes o servicios por vía electrónica se analizan en el capítulo segundo. Su autor, Paredes Pérez, se refiere a diversos deberes de los prestadores de servicios. En este sentido, se examinan aquellas que están vinculados con el deber de información, resolución extrajudicial de conflictos y, finalmente, las de información en el ámbito de la autorregulación. Estas últimas representan un sugerente complemento de la normativa legal a la que se suscriben, de manera voluntaria, determinados empresarios. Dentro de los aspectos que el autor analiza,

a este último respecto, cabe referirse al distintivo público de confianza en línea que representa un logotipo que se otorga a los mecanismos de autodisciplina solventes, creíbles y eficaces en materia de los servicios de la sociedad de la información. A continuación, se analizan los requisitos de información en el ámbito de los códigos de conducta que representan una manifestación del fenómeno de la autorregulación.

Seguidamente, se estudia el procesamiento de datos personales derivado del manejo y gestión de un sitio Web o aplicación electrónica. Su autor, Guerrero Pérez, se refiere a toda esta problemática a raíz de la legislación comunitaria y española. La privacidad y la protección de datos es un ámbito muy extenso del Derecho que es pertinente en materia de comercio electrónico. Las diversas posibilidades que ostentan los operadores de los sitios Web para recibir la información de las distintas fuentes, combinarla y usarla para fines que eventualmente pueden ser intrusivos y obligan al legislador y a las autoridades de supervisión -como la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)- a crear y aplicar el marco jurídico de forma coherente y estricto para proteger a los usuarios de Internet.

La distribución selectiva y las plataformas digitales, con especial atención de la defensa de la competencia se analiza por parte de Rodilla Martí. La relevancia del mercado digital es innegable. Su crecimiento, en gran parte a costa del mercado tradicional, es imparable. Los beneficios para los consumidores de la irrupción de esta novedosa herramienta son ciertamente cuantiosos. Las decisiones, respecto a la forma -física o digital- y canal -propio o ajeno- por el que se vende o suministra el bien debe realizarse individualmente por cada empresario, afectándole principalmente al mismo. Debe tener en consideración las características del mercado en el que participa: productos o servicios que distribuye, categoría de consumidores a los que se dirige, gastos que puede asumir, etc. En este espacio de decisiones, que es complejo por sí mismo, las dificultades se incrementan en materia de redes de distribución. El cabeza de red gestiona un grupo de empresarios independientes que distribuyen productos y/o servicios, marco en el que imperan dos intereses en tensión: el interés común de la red y los privados individuales de cada miembro.

Por su parte, el derecho de marcas frente a la promoción de productos y servicios en Internet, es objeto de examen por parte de Gimeno Beviá. Como bien apunta el autor, cuando las antiguas definiciones sobre marcas se referían a su capacidad diferenciadora en el mercado de los productos o servicios de una

empresa de los de la otra, no esperaban la relevancia que la Red tendría como punto de encuentro entre la oferta y la demanda. Después de analizar diversos supuestos, en base a Internet, se suscitan nuevos escenarios en los que es posible que se produzca una infracción marcaria. Ello supone una adaptación del Derecho positivo a realidades que inicialmente no estaban contempladas y una labor interpretativa, por parte de jueces y tribunales, en la constatación de los elementos precisos para el ejercicio del derecho exclusivo que tiene el titular del signo.

Castelló Pastor se ocupa de la disponibilidad de productos y servicios en línea en el mercado digital. La tecnología, qué duda cabe, ha modificado la sociedad europea. También cabe aludir a la importancia del papel comunitario en esta materia. A este respecto, la Comisión Europea inició, hace más de una década, el propósito de suprimir los obstáculos que impiden la consecución del mercado único digital. Representa una idea esencial en la Europa sin fronteras. El mercado único digital, fundamentado en el mercado interior, puede definirse como la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales en el que personas y empresas pueden acceder a las actividades y ejercerlas en línea en condiciones de competencia. Todo ello con un elevado nivel de protección de datos personales y de los consumidores con independencia de su nacionalidad o lugar de residencia. En materia de comercio electrónico, a nivel de la Unión Europea, los consumidores han visto obstaculizadas las transacciones en línea cuando intentaban adquirir el producto o contratar el servicio de un comerciante situado en otro Estado miembro debido a la técnica del bloqueo geográfico.

La provisión de servicios en plataformas comunitarias se estudia en el capítulo siguiente. Su autor, Guerrero Pérez, examina el marco regulatorio en esta sugerente materia, así como las cuestiones que, a propósito de este extremo, se han resuelto en Europa. La Comisión Europea ha centrado en el sector digital gran parte de las investigaciones realizadas en los últimos años respecto a la aplicación pública del Derecho de la competencia de la UE. Cabe reseñar que el presente apartado de la obra identifica un elenco de iniciativas legislativas desarrolladas por la Comisión Europea en este sector. Todo ello está precedido por el marco regulador aplicable a nivel comunitario respecto al Reglamento Europeo de plataformas que ha sido recientemente incorporado al ordenamiento jurídico.

Los nuevos retos legales para las empresas de telecomunicaciones en la Unión Europea con especial consideración del código europeo de

comunicaciones electrónicos son objeto de examen en el siguiente capítulo. Este último, como bien dispone la autora, es una norma europea con muy buenas intenciones. El objetivo principal en el que se fundamenta es muy loable: la consecución de un desarrollo uniforme en las redes de alta velocidad. Estas últimas resultan esenciales para el desarrollo eficaz de los sistemas de comunicación actuales, pero también para los de futuro. Tal desarrollo, en las comunicaciones electrónicas, generará riqueza y permitirá que Europa pueda ser puntera en el avance científico y tecnológico.

A continuación, se trata la problemática de la tutela judicial frente a las conductas contrarias a la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Frente a las conductas que vulneran la Ley de comercio electrónico, los usuarios pueden recurrir a las acciones civiles y penales para reclamar el cumplimiento de las obligaciones contractuales asumidas por vía electrónica. Además de los cauces tradicionales, la Ley de comercio electrónico incluye la acción de cesación que representa un recurso de tutela colectiva adicional.

El régimen de exención de responsabilidad de los prestadores de servicios de intermediación se analiza por Pérez Fernández y Valdés Schliephake. En este sentido, cabe señalar que la Directiva de comercio electrónico de 2000 se refiere a diversos supuestos de exención de responsabilidad por los cuales, si se cumplen determinados presupuestos, los prestadores de servicios de intermediación quedan exentos de responsabilidad.

La teoría general de la contratación electrónica tanto en la Unión Europea como en España y las particularidades que se suscitan en materia de seguridad (firma electrónica) se analizan por Garín Alemany. A tenor del informe UNCTAD de 2019 sobre economía digital, siete de las ocho empresas más relevantes del mundo por capitalización bursátil emplean modelos de negocio fundamentados en plataformas digitales. Dentro de las mismas encontramos las plataformas de transacción que son mercados digitales en los que se efectúan un notable número de intercambios mercantiles y de consumo.

Vinculado con el anterior capítulo, Pérez-D'Docon, se refiere a los elementos de la contratación electrónica en España, centrándose en los principios generales, incluyendo, asimismo, diversos casos prácticos. A tal fin, la autora alude a los conceptos de comercio y contrato electrónico, para, seguidamente, centrarse en los diversos presupuestos que debe reunir todo contrato electrónico, a saber: consentimiento, objeto y causa.

La determinación de la concreta Ley aplicable a los contratos electrónicos o a distancia se aborda a continuación. Como determina Cordero Álvarez, el comercio electrónico se caracteriza porque se compone de transacciones electrónicas efectuadas por operadores situados en cualquier lugar del mundo. Resulta preciso determinar el ordenamiento jurídico nacional que se aplicará a cada una de las cuestiones que en este tipo de contratos surge. Para ello, habrá que recurrir al Derecho internacional privado.

En línea con las apreciaciones formuladas en el capítulo precedente, Castelló Pastor alude a la competencia judicial internacional y ADR en materia de contratación electrónica. Se refiere a la determinación de la competencia judicial internacional en el ámbito de la contratación electrónica entre empresarios -B2B. Se busca poner de manifiesto los foros más idóneos para poder presentar este tipo de reclamaciones -sobre todo contractuales- desde la perspectiva institucional, convencional e interna. También se analizan los instrumentos de resolución extrajudicial de conflictos por los que pueden optar las partes.

Los últimos capítulos de la obra incluyen la regulación del comercio electrónico a nivel de Derecho comparado. A este respecto, se incluye la situación en Estados Unidos, México, Brasil y Japón.

En definitiva, la obra que se ha reseñado representa un sugerente tratado, de carácter interdisciplinar, relativo al fenómeno de la contratación electrónica. Gran parte de su análisis se centra en el espacio comunitario y español, sin perder de vista la situación que se plantea a nivel de Derecho comparado. El contenido no sólo se reduce a ciertos aspectos propios de la teoría general, sino que se refiere a numerosas cuestiones prácticas de interés en la actualidad.

PATRICIA VARGAS PORTILLO  
Esic Business & Marketing School  
Esic University  
jennypatricia.vargas@esic.university  
<https://orcid.org/0000-0002-0226-3053>