

ZOFIA BEDNARZ

BREACH OF INFORMATION  
DUTIES IN THE B2C  
E-COMMERCE:  
A COMPARATIVE  
PERSPECTIVE

Prólogo de  
Juan Ignacio Peinado Gracia

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES | SÃO PAULO  
2019

## CONTENTS LIST/ÍNDICE

	<i>Page</i>
<b>PRÓLOGO</b> .....	7
<b>ACKNOWLEDGEMENTS</b> .....	25
<b>LIST OF ABBREVIATIONS</b> .....	27
<b>INTRODUCTION</b> .....	29
1. BACKGROUND .....	29
2. FOCAL POINTS OF THE STUDY .....	32
3. METHODOLOGY .....	33
4. OUTLINE OF THE STUDY .....	37

### CHAPTER I

#### **SOCIAL, CONCEPTUAL AND LEGAL FRAMEWORK OF INFORMATION DUTIES AND THEIR BREACH IN THE B2C E-COMMERCE**

1. INFORMATION DUTIES AND THEIR BREACH IN THE B2C E-COMMERCE .....	39
1.1. Particular aspects of the B2C e-commerce .....	39
1.1.1. Characteristics of the e-commerce .....	39
1.1.2. E-commerce law as a separate branch of law .....	45
1.2. Pre-contractual information and its breach in the e-commerce .....	50
1.2.1. The role of pre-contractual information in the European consumer policy .....	50

	<u>Page</u>
1.2.1.1. Consumer protection and the EU internal market...	50
1.2.1.2. Economically justified need to protect the weaker party .....	55
1.2.1.3. Information duties as an important tool in consumer protection in electronic contracts.....	64
1.2.1.4. Importance of the pre-contractual information from the perspective of its breach.....	71
1.2.2. The model of consumer in the e-commerce law .....	73
1.2.2.1. Model of consumer justifying disclosure duties .....	73
1.2.2.2. Consumers and traders - subjects of the B2C electronic transactions .....	78
1.2.3. Issues relative to information duties in consumer contracts ...	86
1.2.3.1. Party autonomy, freedom of contract and the information duties .....	86
1.2.3.2. Controversies surrounding information duties.....	89
1.2.4. Finding a balance: optimal information duties in the B2C e-commerce .....	93
2. INFORMATION REQUIREMENTS - THE LAW APPLICABLE .....	97
2.1. Constitutional foundations .....	97
2.2. General duty to disclose and its breach in national private law .....	101
2.2.1. Good faith, fair dealing and pre-contractual duties of disclosure .....	101
2.2.2. General duty to disclose in national private law .....	106
2.3. Relevant legislation establishing more specific information duties ....	115
2.3.1. More general and indirect information duties.....	115
2.3.2. Overview of concrete information requirements in B2C electronic contracts.....	122

## CHAPTER II

### **INFORMATION DUTIES, THEIR FULFILMENT AND BREACH - GENERAL ANALYSIS**

1. CHARACTERISTICS OF THE DUTY TO INFORM AND ITS BREACH. ....	129
1.1. Content and scope of the information duties.....	129
1.2. Requirements relative to the way of providing information.....	137
1.3. Types of breach of information duties.....	143
1.3.1. Full and partial breach of information duties.....	143
1.3.2. Possible classifications of breach of information duties .....	145
1.3.3. Breach of information duties depending on the remedies: information omission and provision of false or inaccurate information .....	148
2. GENERAL REMARKS ON REMEDIES AVAILABLE .....	150

	<u>Page</u>
2.1. Importance of the remedies for breach of information duties.....	150
2.2. Major problematic issues related to the remedies for breach.....	154
2.2.1. Dual nature of information duties and remedies for their breach.....	154
2.2.2. Casuistic nature of information duties.....	162
2.3. Types of remedies available.....	163
2.3.1. Main remedies to be considered .....	163
2.3.2. Nature of remedies: contractual, tortious or other? .....	175

### CHAPTER 3

#### **REMEDIES FOR BREACH OF INFORMATION DUTIES AVAILABLE TO CONSUMERS IN ENGLISH AND SPANISH LAW**

1. SPECIFIC REMEDIES AVAILABLE TO CONSUMERS .....	179
1.1. Relevant legislation .....	179
1.2. Specific remedies established in statutes.....	188
1.2.1. Information duty breached relative to the main characteristics of goods.....	188
1.2.2. Remedies for breach of other information duties .....	199
2. GENERAL PRIVATE LAW AND REMEDIES IT OFFERS .....	202
2.1. Overview of the analysis of the general private law remedies .....	202
2.2. Omission of the information that should have been provided.....	212
2.2.1. Breach of an implied term and contractual liability .....	214
2.2.2. Defects of consent where information was not provided.....	216
2.3. Provision of incorrect information .....	231
2.3.1. When misinformation amounts to breach of term and remedies resulting from contractual liability .....	232
2.3.2. Consumer induced into the contract through misleading in- formation: defects of consent.....	240
3. PROBLEM OF ADEQUACY OF GENERAL REMEDIES TO PARTICULARITIES OF B2C ELECTRONIC CONTRACTS.....	251
3.1. Problems resulting from application of general remedies.....	251
3.2. Right of withdrawal as an example of a specific remedy.....	258
<b>CONCLUSIONS</b> .....	267
<b>BIBLIOGRAPHY</b> .....	283

# PRÓLOGO

Juan Ignacio PEINADO GRACIA

*Catedrático de Derecho mercantil  
Universidad de Málaga*

Vi a unos locos  
caminaban por la superficie del mar  
creían hasta el final  
y se ahogaron  
aún hoy regresan  
a mi insegura barca  
rechazo estas manos  
sepulcrales  
yo cruelmente  
vivo  
las rechazo año tras año<sup>1</sup>.

## I

A principios de este siglo, cuando se especulaba sobre el futuro del comercio electrónico entre empresarios y consumidores (B2C), se preveía que este tenía unas tasas de crecimiento tales que amenazaba al comercio tradicional o presencial. Incluso que la experiencia, económica y jurídica, asentada en la contratación entre ausentes, iba a permitir que su crecimiento no tuviera realmente problemas legales. Entonces defendimos<sup>2</sup>, y aún hoy lo sostenemos, que el comercio electrónico no implica por sí mismo la generación de nuevas instituciones jurídicas, sino que las tradicionales sí debían asumir nue-

---

<sup>1</sup> T. RÓŻEWICZ (Radomsko, 1921).

<sup>2</sup> PEINADO GRACIA, «La edad del Derecho, la edad de Internet. La seguridad jurídica e internet», en VVAA, *E-Abogacía*, Madrid, 2007, pp. 163-172.

vas formas y medios; el contacto entre ordenamientos y la deslocalización de reguladores y foros. Esto suponía que, aunque las instituciones jurídicas no cambiaran, sí era necesario una intervención para alcanzar similares niveles de seguridad jurídica a la alcanzada *off line*. Este problema se ponía en evidencia en diferentes factores del mercado aún hoy presentes. En primer término, el comercio electrónico crece más deprisa en aquellos ámbitos en los que la información experiencial no es necesaria (obtener información desde la propia experiencia). Así se han desarrollado también mecanismos de información reputacional, tan presentes en diversos sectores de la hostelería, por ejemplo.

Si atendemos al informe publicado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia a finales de 2018, podemos ver como los productos que más éxito tienen responden bien a la posibilidad de valorarlos reputacionalmente (vuelos, hoteles, restaurantes), o bien de calidad estándar (libros, películas, electrodomésticos, programas de ordenador, alimentación, etc.).

#### LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (I-18, porcentaje)



Fuente: CNMC.

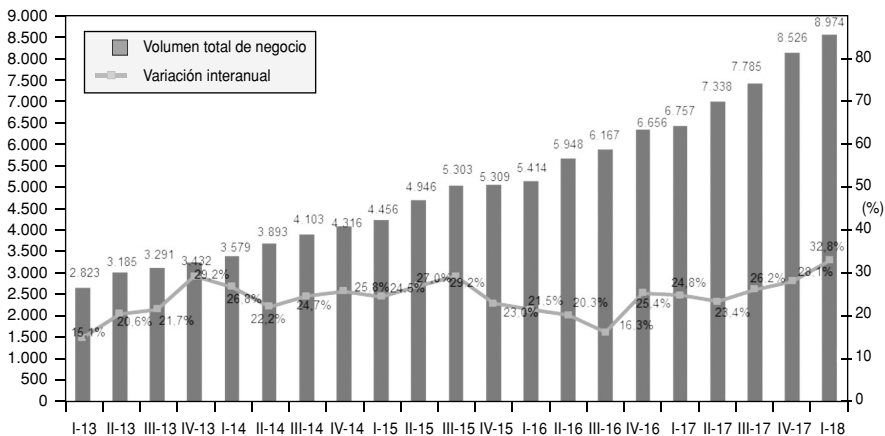
Otro elemento relevante por el que el mercado se ha proveído de seguridad en las transacciones comerciales de los consumidores se refiere a los instrumentos de pago. Ante la desconfianza de los consumidores a introducir los datos de sus tarjetas de crédito en páginas *web*<sup>3</sup> no solo se han popularizado las tarjetas virtuales y monederos que limitan el riesgo de cobros fraudulentos, sino que han aparecido los intermediarios en los pagos, entidades de confianza que gestionan como intermediarios el cargo en las tarjetas del consumidor final. El ejemplo más conocido es *Paypal* (1998). Un elemento más que el

<sup>3</sup> Véase *Guía práctica de Compra Segura en internet*, un documento de Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y la Policía Nacional (Madrid, 2017), <https://www.aepd.es/media/guias/guia-compra-segura-digital-web.pdf>.

mercado ha creado y que redunda en mayor seguridad es la posibilidad de comparar productos. Si la justificación de algunos instrumentos tuitivos de protección del consumidor en compraventas a distancia o fuera de establecimiento comercial es precisamente la inexistencia de un micromercado competitivo en el que el consumidor pueda comparar productos y precios, en el mercado digital han aparecido multitud de servicios de comparación de productos y precios, que operan además como pasarelas para el acto de compra final. Por fin, en esta relación de ejemplos, la desconfianza del consumidor por los servicios de postventa del comercio electrónico ha supuesto que muchas grandes marcas hayan optado por la apertura de tiendas de bandera en ciudades para que el consumidor digital pueda ver los productos, devolverlos en su caso, cambiarlos o pueda tener, si es necesario una atención personalizada<sup>4</sup>.

Así, pasadas dos décadas, si bien el comercio electrónico no ha crecido exponencialmente por causas que giran en torno a la seguridad, lo cierto es que actualmente crece de forma muy relevante y las cuestiones de seguridad no exigen solo soluciones de mercado sino intervenciones legislativas que garanticen precisamente que el mercado opera con eficacia. En el siguiente cuadro, referido a España y a un lustro puede verse como ha crecido en valor:

### EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL (millones de euros y porcentaje)



Fuente: CNMC.

## II

Cuanto antecede solo pretende acreditar la importancia y la oportunidad del libro que el lector tiene en sus manos, *Breach of information duties in the*

<sup>4</sup> E. BRYNJOLFSSON, J. HU y M. RAHMAN, «Competing in the Age of Omnichannel Retailing», *MIT Sloan Management Review*, núm. 54, 2013, pp. 9-23, <http://99389322b1b66d577ffa-a5501f3c6bda6b40acf76374f90fd.r49.cf2.rackcdn.com/54412-SAS.pdf>.

*B2C e-commerce, a comparative perspective*, de la doctora Zofia Bednarz, de la Universidad de Málaga (España), no solo es una buena obra, un interesante discurso, una oportuna investigación, sino por todo ello, un libro importante y necesario.

### III

La elección de los temas de investigación es extraordinariamente relevante. Dejarse llevar por las modas o por las novedades a menudo aleja al investigador de temas que requieren aún reflexión pese a que su presencia en la práctica forense aún no sea relevante o no ocupe las páginas de las revistas científicas. Y hay temas que requieren de determinados condicionantes en el investigador. Permítasenos un ejemplo ajeno a esta obra, pero propio del pequeño taller de Derecho privado que el área de Derecho mercantil de Málaga constituye. Y me refiero al trabajo que hace unos años entregó a la imprenta el Dr. Galacho sobre obra derivada musical. Aquel trabajo requirió una gran madurez jurídica, que el autor tenía, pero también una sólida formación musical sin la que el trabajo habría sido extraordinariamente más pobre. Con esta investigación sucede algo similar.

En muchas ocasiones vemos como los trabajos de Derecho comparado recuerdan a una vieja película de Mel Stuart: «Si hoy es martes, esto es Bélgica»<sup>5</sup>. Quizá el lector recuerde a un grupo de turistas que recorre siete países de Europa en un par de semanas. El ritmo trepidante del viaje organizado los lleva a confundir elementos esenciales y a recordar el Big Ben de París, el Arco del Triunfo de Roma y el Coliseo de Londres, con total nitidez. Comparar instituciones jurídicas parte de comparar sistemas jurídicos, y sin una adecuada comprensión del sistema en el que se incardina la institución, no ya el análisis sino la misma traducción es imposible.

Por tal motivo la Dra. Bednarz era la persona idónea para afrontar esta investigación. Formada con excelentes calificaciones en Polonia, habiendo realizado un posgrado en España y otro en Derecho inglés, y parte de su investigación en el Reino Unido, bajo la dirección de la prestigiosa experta en Derecho privado comparado, la profesora Paula Giliker, y parte en España, bajo otra magnífica, elegante y sobria dirección; la autora ha estudiado por igual ambos ordenamientos pues ambos le son propios, pero todo desde la lejanía de su formación foránea. Coherentemente, antes estudió los dos ordenamientos y su sistema, para posteriormente centrarse en el objeto de esta obra que ahora presenta.

Lo señalado es uno de los elementos identificativos de este estudio. Pues está presidido por los principios de neutralidad e imparcialidad, en la medida en la que esto ha permitido el examen de las normas tomando como referencia las diferencias inherentes al ordenamiento en el que están inmersas. Es la opción de la autora por el enfoque funcional, que le lleva a la búsqueda objetiva de las consecuencias del incumplimiento de los deberes de información en

---

<sup>5</sup> Wolper Pictures, 1969.



ambos sistemas, sin hipótesis inicial acerca de las normas del Derecho investigadas. Un dato más, el estudio se centra en el ámbito del Derecho privado de consumo y de comercio electrónico.

El libro parte de la perspectiva del incumplimiento. La razón está porque es precisamente ahí donde surgen los problemas, quedarse en la simple exposición de los deberes impuestos al empresario en cuanto al suministro de información precontractual, habría sido obviar la patología del fenómeno, las ocasiones en las que las diferencias sistémicas ponen en evidencia la insuficiencia de las normas. Así, la autora se aproxima al método comparativo basado en hechos. Aunque no se examinan casos concretos, hipotéticos o reales, el aspecto práctico del estudio se evidencia por la investigación de las reacciones de los ordenamientos español e inglés ante la premisa del incumplimiento. Se han considerado varias posibilidades: el incumplimiento que resulta de la omisión de información y del suministro de la información falsa; el incumplimiento relativo a diferentes tipos de información.

Permítame el lector aún otra nota biográfica que ayuda a entender el método y la vertiente práctica de esta obra. Conocí a la autora hace muchos años, cuando quería hacer un trabajo de investigación en el ámbito del Derecho civil al modo de otro que ya había realizado comparando la protección de consumidores en Polonia y Francia. Paralelamente apareció como alumna de posgrado en un Máster de Asesoría Jurídica de Empresas. Y desde entonces quedó claro no solo su cultura jurídica, su dominio de los idiomas, sino que lejos de «surfear» los problemas, que es propio de superficiales, vivía la investigación con pasión (eslava) y entrega. Así es este libro.

## V

La protección del consumidor está encomendada a la competencia. Son las normas del Derecho de la competencia el primer valladar tuitivo de los consumidores. A partir de ahí, las restantes intervenciones legislativas son legítimas en la medida en la que reproducen el orden de mercado cuando este no puede alcanzarse espontáneamente. En el comercio B2C nos encontramos con el fallo de la asimetría informativa entre el empresario y el consumidor. Por tal razón, los ordenamientos reaccionan imponiendo deberes de información al sujeto que puede aportarlos a menor coste (luego afectando en menor medida a los costes de transacción)<sup>6</sup>. Es la respuesta típica (y menos intervencionista) del legislador tutor del consumidor.

Si anteriormente hemos repasado sumariamente respuestas del mercado para reducir la inseguridad en diferentes momentos del proceso de compra, entrega y posventa, esta obra se centra en los deberes precontractuales de información a cargo del empresario. Y junto a esa imposición de deberes de información, precisamos del establecimiento de los remedios adecuados para garantizar el cumplimiento de dichos deberes.

---

<sup>6</sup> Algunas de estas ideas en PEINADO GRACIA, «Consumidores, contratos, seguridad y costes alternativos», *RDM*, núm. 237, 2000, pp. 1109-1154.

Es cierto, en este sentido, que la imposición de sanciones por incumplimiento de los mencionados deberes y consagrada en las normas comunitarias sobre protección de los consumidores, comercio electrónico y competencia leal, y, como no puede ser de otra forma, en las de transposición, satisface en gran medida el interés del Mercado Interior y garantizan el correcto funcionamiento del mismo. Ahora bien, la imposición de una sanción administrativa a aquel empresario que, por ejemplo, omite información detallada sobre sus datos personales, sobre las características del bien, o sobre elementos esenciales del contrato, no contribuye, de igual forma, a la satisfacción de los intereses individuales de los consumidores que, sobre la base de la información que ha facilitado el empresario, han celebrado un determinado contrato electrónico. El consumidor, en general, y en especial el *ciberconsumidor*, necesita contar con remedios, acciones individuales, a los que acogerse para satisfacer sus intereses privados.

## VI

Se hace pues necesario un estudio pormenorizado; pues, si bien es cierto que los deberes precontractuales de información que ha ido imponiendo el legislador comunitario han sido transpuestos, no lo es menos, que no siempre lo han sido con rigor y, sobre todo, que normas idénticas implantadas en sistemas jurídicos diversos no dan necesariamente un mismo nivel y forma de protección. Esta crítica, se pone en evidencia especialmente en el establecimiento de los remedios privados frente al incumplimiento de los deberes informativos, cuya regulación, además, queda al arbitrio de los legisladores estatales. El presente estudio, centrado en el examen de los ordenamientos español e inglés, pone de relieve este hecho.

Si al inconveniente reseñado sumamos la influencia que sobre la consagración de los deberes de información y de los remedios frente a su incumplimiento tiene el Derecho interno español (*civil law*) e inglés (*common law*), los problemas se acrecientan.

Además, la materia que tratamos puede abordarse desde diferentes enfoques normativos, lo que da lugar a que en ocasiones las acciones a disposición del consumidor se multipliquen. Habrá supuestos de incumplimiento que podrán abordarse desde las disposiciones especiales de consumo, de las de comercio electrónico o, incluso, desde normas de competencia leal; aún habrá otras ocasiones en las que la respuesta normativa estará en las normas generales o comunes del Derecho privado; y, por fin, en otras ocasiones las normas solapan sus ámbitos de aplicación y permiten al operador jurídico aproximarse alternativa o cumulativamente desde varios conjuntos normativos y ejerciendo variadas acciones. Será el actor (consumidor) quien deba decidir cuál de ellas satisface, en mayor medida, sus necesidades.

## VII

Dos dificultades adicionales pueden señalarse en el ámbito estudiado. La primera, que los ordenamientos analizados adolecen de importantes carencias

y, especialmente, la articulación del sistema de información y del sistema de remedios. No se regula en ninguno de ellos, de forma general, qué información es fundamental y cuál no tiene dicha consideración, lo que genera que tampoco se consagren, de forma general, los remedios atendiendo a la información incumplida, sino que los mismos se ofrecen, de forma genérica, quedando como hemos dicho al arbitrio del consumidor la opción por aquel que satisfaga mejor sus necesidades. Decimos de forma genérica porque esta regla tiene excepciones establecidas por las propias leyes, que en ocasiones consagran remedios automáticos; y, porque existen diferencias entre los ordenamientos, que, en determinados casos prevén un sistema jerárquico de remedios.

No cabe duda que lo anterior puede ser también un rasgo de flexibilidad del sistema, pues deberá ser el juzgador quien valore la incidencia de esa carencia de información en el consentimiento del consumidor. Sin embargo, hay un elemento fáctico que creemos relevante para enjuiciar la situación. La Dra. Bednarz nos está situando en el entorno del comercio electrónico y en comercio B2C, esto supone no profesionalidad del consumidor, importancia económica limitada del intercambio, elementos de transnacionalidad, todo ello nos aleja de una solución judicializada de la controversia y pone el acento, como lo hace la autora, en los remedios que el propio ordenamiento proporciona.

## VIII

El segundo inconveniente proviene del tipo de consumidor al que se refieren las normas comunitarias: se parte de un consumidor activo, informado, se confía en un consumidor que toma decisiones racionales. No obstante, como sabemos, los consumidores no actúan de forma racional, por un lado porque las personas suelen dejarse llevar por las emociones cuando adquieren a través de Internet; es un medio idóneo para el consumo compulsivo (rápido, en sectores de ocio, valor económico de cada transacción bajo, y pago no evidente a través de tarjetas); por el otro, es la sobrecarga informativa que contribuye al problema señalado, resultando en que los consumidores simplemente no leen la información proporcionada.

Y es que las normas no siempre parten de la realidad sociológica del colectivo a regular o a proteger. Y, si bien en la más pura ortodoxia podemos considerar que el ser humano toma sus decisiones de consumo con racionalidad económica<sup>7</sup>, aplica economías de opción para manifestar preferencias y todos los elementos que la teoría clásica nos ha aportado, se hace necesario un estudio del concreto mercado. Pues el consumidor *online* no es exactamente igual al *offline* y, consecuentemente la racionalidad no es equiparable<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> J. I. PEINADO GRACIA, «El derecho a la protección de los consumidores», en MOLINA, MONEREO y MORENO (dirs.), *Comentario a la constitución socio-económica de España*, Granada, 2002, pp. 1873-1908.

<sup>8</sup> Permítasenos sentar algunos datos extraídos de un interesante estudio. Así el OBSERVATORIO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (ONTSI), *Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2017*, Madrid, 2018, [https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/Estudio%20sobre%20Comercio%20Electrónico%20B2C%202017%20%28edición%202018%29%20\\_0.pdf](https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/Estudio%20sobre%20Comercio%20Electrónico%20B2C%202017%20%28edición%202018%29%20_0.pdf); señala que el comercio electrónico B2C en España tiene un volumen total de

## IX

Con el presente estudio la autora intenta dar respuesta a los inconvenientes apuntados a través de un análisis comparativo de los ordenamientos español e inglés, por considerar que el mismo permitirá poner de relieve la gran variedad de soluciones jurídicas adoptadas y, lo que es más importante, adoptables, a fin de garantizar la protección de los consumidores que adquieren productos en el mercado electrónico, por vía de la información y por vía de los remedios.

Por tanto, la obra aborda *tres cuestiones principales*:

La primera se centra en establecer el contenido y la articulación del sistema de deberes precontractuales de información en la contratación electrónica con consumidores. La dificultad se encuentra en la dispersión de estos deberes. Algunos impuestos por las normas especiales del comercio electrónico, pero otros muchos presentes, como no podía ser de otra forma, en normas generales de contratación o de protección de consumidores. De hecho, y esta es una opinión del prologuista, a menudo el investigador del Derecho tiene muy presente su carácter sistémico, pero el legislador no. Así se reproducen obligaciones generales en ámbitos especiales, o se imponen deberes (*ergo costes*) con un mismo fin<sup>9</sup>.

Sentada esta base, que no es meramente informativa sino de identificación, selección y jerarquización de deberes, la autora aborda en segundo lugar el tratamiento legislativo de los deberes precontractuales de información que lleva a cabo cada ordenamiento. Las notables diferencias, a pesar del origen comunitario de dichos deberes, fundamentan el estudio. No podemos olvidar la existencia en Derecho español de un deber genérico de buena fe (arts. 7.1, 1258 y 1288 CC y art. 57 CCo) en la contratación que inspira todo el sistema jurídico de los contratos e incide en la interpretación que deba darse a los mis-

---

31.347 millones de euros continuando con el crecimiento sostenido en gasto de años anteriores. El crecimiento en 4,7 p.p. del porcentaje de internautas (34 millones de individuos que representan el 86,4 por 100 de la población de quince años y más), el incremento en 1,5 p.p. del porcentaje de internautas compradores (22,9 millones de individuos que representan el 67,4 por 100 de la población internauta). El gasto medio es elevado (1.366 euros, un 14,0 por 100 más que en 2016).

El perfil del comprador *online* sigue siendo similar al perfil tradicional del internauta: más intensivo entre los hombres, los grupos de edad de veinticinco a cuarenta y nueve años, con estudios secundarios o universitarios, de nivel socioeconómico medio y medio alto, y residentes en hábitats urbanos y semi-urbanos (más de 20.000 habitantes).

La tarjeta de crédito/débito sigue siendo la forma de pago preferida a la hora de abonar la compra (68,8 por 100), mientras PayPal se mantiene como segunda opción de preferencia, aunque frena se está ralentizando incluso invirtiendo su crecimiento (25,3 frente a 28,1 por 100). El pago contra reembolso es cada vez más minoritario (7,5 por 100) y el pago a través del móvil no termina de despegar (0,8 por 100).

El uso de dispositivos móviles para la compra *online* ha crecido de forma notable, alcanzando ya a un 42,7 por 100 de los actuales compradores *online* en 2017, 16,3 p.p. más que en 2016, por lo que va perdiendo su carácter relativamente minoritario. Pero más del 60 por 100 de los usuarios que han comprado a través de estos dispositivos ha canalizado menos del 25 por 100 de su volumen de compra anual a través de este tipo de dispositivos. La principal motivación para el uso de dispositivos móviles es la comodidad, mientras que la negativa a su utilización se explica básicamente por la mala visibilidad y menor funcionalidad de las aplicaciones en la pantalla pequeña.

<sup>9</sup> Tratamos de estos problemas en la ya citada PEINADO GRACIA (2000) y desgraciadamente siguen en vigor las ineficiencias que allí señalábamos.

mos. No se puede olvidar de la misma forma, que el sistema inglés se sustenta sobre la libertad contractual, reconoce la adversidad entre las partes contratantes y nos les exige un comportamiento respetuoso sin mala fe, el respeto a lo firmado, la predecibilidad y certeza son elementos predominantes. Como es conocido, no se trata de un juego de palabras, sino que la prescripción de la buena fe o la proscripción de la mala fe, generan unos ámbitos normativos con intersecciones, pero sin una coincidencia total. La anterior afirmación, necesaria para entender el objeto de esta obra no está exenta de matices y actualizaciones, que no proceden en un prólogo<sup>10</sup>.

En tercer término, Bednarz analiza el sistema de consecuencias o remedios frente al incumplimiento de los deberes de información previsto en cada ordenamiento. Con este objetivo, se toma en consideración tanto la regulación prevista en las normas de Derecho privado general, como en las disposiciones específicas, de consumo y de comercio electrónico, sin olvidar la referencia a las reguladoras de la competencia leal. Este examen lleva a la autora a apreciar la variedad de planteamientos posibles, así como la importancia de los deberes concretos y de los remedios frente a su incumplimiento en cada sistema, sobre todo ante supuestos controvertidos como la falta de información relativa a las características principales del bien objeto del contrato, los supuestos de suministro de información falsa o aquellos en los que el empresario omite determinada información.

Así se permite demostrar, además, la importante influencia que el Derecho privado general de cada uno de los ordenamientos analizados ejerce sobre la configuración tanto de los deberes como de las consecuencias ligadas a su incumplimiento. Este examen va acompañado, en todo momento, del interesante estudio de los pronunciamientos de los Tribunales, toda vez que los mismos no siempre se acomodan al remedio específicamente previsto en la normativa especial.

## X

Un aspecto muy relevante para valorar esta obra es que el examen comparativo que se realiza se basa en la funcionalidad, en tanto, las normas examinadas y comparadas cumplen el mismo papel en ambos ordenamientos. No se trata pues de comparar normas, sino de comparar el contenido y finalidad de las mismas. En cumplimiento de este objetivo el tratamiento de ambos ordenamientos se hace conjuntamente, analizando cada deber y de las consecuencias de su incumplimiento. Quizá ello dificulta el tratamiento de la materia, más fácil si se hubiera separado elaborando una guía de deberes en ambos ordenamientos, pero sin duda el valor sería menor, por cuanto no se pondría en relación con ambos ordenamientos ni se alcanzaría la comparación pretendida. Ello no obstante, y a fin de evitar reiteraciones innecesarias, se ha adoptado un sistema de organización más aproximado al Derecho inglés que al español,

---

<sup>10</sup> Y es que la presencia implícita de la buena fe en el Derecho contractual inglés se ha puesto nuevamente (sin olvidar a William Murray) en cuestión en la jurisprudencia y doctrina inglesas de los últimos años. Actual y de gran interés, el trabajo de M. N. MATO PACÍN, «El papel de la buena fe en el Derecho contractual inglés», *InDret*, 2/2018, abril, <http://www.indret.com/pdf/1385.pdf>.

dada, por ejemplo, la importante diferencia que existe entre ambos en relación con el incumplimiento derivado del suministro de información falsa o de la omisión de información derivada del distinto rol que la buena fe contractual, o mejor dicho precontractual, cumple en cada uno de ellos<sup>11</sup>.

## XI

Desde el punto de vista más técnico, el presente estudio no se centra exclusivamente en el examen de la legislación vigente y en la doctrina científica, sino que se han tenido en consideración los documentos preparatorios de las mismas, tanto al nivel europeo como nacional, así como otros documentos oficiales no vinculantes, tales como, las propuestas legislativas que se están llevando a cabo en orden a la modernización del Derecho de obligaciones o las derivadas del propuesto Marco Común de Referencia. El examen de los pronunciamientos judiciales dimanantes tanto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, como de los distintos Tribunales nacionales completa el examen que se ha realizado.

Por su parte, la terminología de la obra también merece una explicación en este prólogo, pues como hemos indicado, las diferencias propias de los ordenamientos analizados han imposibilitado, en ocasiones, el recurso a la traducción de los términos, pues la misma hubiera llevado a la referencia a instituciones jurídicas diferentes en uno y en otro. Así sucede, por ejemplo, en relación con los conceptos de error provocado y dolo, del Derecho español, y el de *misrepresentation* del Derecho inglés, que aunque relacionados, se refieren a realidades jurídicas diferentes.

## XII

La obra se estructura en *tres capítulos* fundamentales, más una introducción (breve) y uno dedicado a exponer las principales conclusiones obtenidas del mismo.

En la Introducción se presentan los antecedentes, las cuestiones principales tratadas en el estudio, la metodología y un resumen corto de la monografía.

*El capítulo primero (Social, conceptual and legal framework of information duties and their breach in the B2C e-commerce)* tiene como objetivo centrar el marco social y jurídico en el que se desenvuelve la materia objeto de estudio. Se parte del examen del régimen de la contratación electrónica como modalidad especial de contratación a distancia, completamente diferente, por ejemplo, de la que se lleva a cabo fuera de establecimiento mercantil, por su accesibilidad, su rapidez, su celeridad, su inmediatez y su especial forma de concurrencia. Aunque las figuras contractuales básicas no varían en su es-

---

<sup>11</sup> El libro incluye, y resultan muy útiles, unos cuadros esquemáticos de las distintas disposiciones aplicables a los supuestos de incumplimiento de los deberes de información en el ámbito de los contratos de consumo electrónicos, a fin de elaborar una presentación gráfica y esquematizada de las normas que facilita la comparación de los sistemas.

estructura en la contratación *online* y *offline*, si hay incidencia del medio en la comunicación entre las partes, su celeridad e inmediatez puesta de relieve, formas de manifestación del consentimiento, entre otros. Se han analizado así aquellos caracteres de la contratación electrónica que inciden, de forma directa, sobre el eje del presente estudio, el deber de información.

Para ello, ha sido necesario concretar *los elementos que la hacen diferente del sistema de contratación, digamos*, tradicional y sobre la base de los cuales se impone la necesidad de establecer mecanismos de protección del consumidor diferentes de los tradicionales y sustentados sobre la obligación de suministro de información. Esto es así puesto que la información se convierte en el único elemento con el que cuenta el consumidor para fundar su consentimiento y decidir sobre si quiere quedar vinculado por un determinado contrato celebrado en forma electrónica. Así, por mencionar algunos caracteres especialmente relevantes para el objeto del presente estudio: la falta de presencia física simultánea de las partes, suplida por la vía de la obligación de proporcionar una información detallada sobre el empresario con el que se contrata, el lugar desde el que realiza su actividad económica (fundamental en el entorno transfronterizo en el que se desenvuelve la contratación electrónica para determinar la legislación aplicable y la jurisdicción competente) y sobre los medios que permitan un contacto directo y personal con él; la imposibilidad de examinar físicamente aquello que se está adquiriendo, que se consigue por vía de la obligación de suministro de información detallada sobre el producto, las características esenciales del mismo, su precio, entre otros.

La información se convierte en un elemento clave en la Política europea de protección de los consumidores y, especialmente, en el ámbito del *e-commerce*. Así lo ha puesto de relieve el legislador comunitario en la Directiva sobre el comercio electrónico de 2002 y en la relativa a los derechos de los consumidores de 2011, hasta el punto que el sistema ha merecido duras críticas.

Así, se critica que la exigencia de información se pueda convertir en el único mecanismo de protección del consumidor y de garantía de funcionamiento del Mercado. No cabe olvidar que en la economía clásica, la idea de mercado perfecto estaba asociada a la no existencia de *asimetrías* de información. Entre otras causas porque el precio era por sí mismo el crisol de toda la información existente. Sin embargo, la asimetría de la información tiene una incidencia especial en la contratación *online*, pues dificulta los escrutinios y comparaciones además de incentivar una manifestación del consentimiento inmediata (no podemos olvidar el potencial problema de la selección adversa, al que también se hace referencia en el presente estudio).

Respecto a esta crítica quizá, como hemos indicado, no debe partirse, al menos de forma absoluta, del concepto de consumidor activo, toda vez que actitud no debe confundirse con aptitud. Para que la información precontractual pueda cumplir con la función que tiene atribuida, el consumidor debe haber fundado su decisión en la información recibida, lo que supone que es capaz no solo de entenderla, sino de asimilarla, eligiendo entre las distintas ofertas de forma racional conforme a dicha información. *Los riesgos derivados de este concepto de consumidor* y de la importancia del denominado empoderamiento a través de la información son objeto de estudio en este capítulo.

Asimismo, se critica de la misma forma que el sistema se sustente sobre la cantidad y no calidad. No se tiene en cuenta, al menos en la medida en que debiera, que información es la que realmente necesita el consumidor para fundar su consentimiento. Se le suministra una ingente cantidad de información, unas veces innecesaria y otras poco comprensible (piénsese en lo sucedido hace años con los prospectos de medicamentos), lo que tiene como consecuencia la *infoxicación* del consumidor: la intoxicación por información. La idea de calidad de la información a suministrar constituye otra parte importante de este capítulo.

Sobre estas bases, se concluye con el examen pormenorizado de los deberes precontractuales de información, que se realiza desde la perspectiva comparativa de ambos ordenamientos. Se estudian los deberes de información que hemos calificado como directos, porque de forma expresa se contemplan por los legisladores de comercio electrónico y consumo. Se abordan los deberes de información de carácter indirecto derivados de la aplicación al ámbito del comercio electrónico tanto de las disposiciones generales en materia de contratos vigentes en ambos ordenamientos, como de aquellas más específicas, relativas, por ejemplo, a la protección de la competencia leal. En este examen se detallan las diferencias encontradas en el régimen de Derecho español e inglés, especialmente, en cuanto a principios de relevancia en uno de ellos (el de buena fe) inexistente en el otro.

### XIII

*El capítulo segundo (Information duties, their fulfilment and breach - general analysis)* tiene como objetivo el análisis general tanto de la forma en la que ha de cumplirse la exigencia de suministro de información, como del concepto sobre lo que hemos de entender como su incumplimiento o, más precisamente, por el concepto legal de incumplimiento del deber.

Partiendo del contenido y alcance de los deberes de información, la Dra. Bednarz ha procedido al examen de la importancia de la publicidad como cauce para su suministro y de la inserción de la información en el contrato por vía del condicionado general del mismo a través de la integración del contrato conforme al principio de la buena fe, se ha analizado la forma requerida para el cumplimiento del deber (transparencia, claridad, documentación, gratuidad, etc.), acusando las principales diferencias observadas en los ordenamientos español e inglés.

Para poder analizar el incumplimiento de los deberes de información, no solo era necesario estudiar los deberes concretos, sino lo que es más importante determinar, su contenido y ámbito. Los deberes de información son obligaciones legales, que normalmente se presentan en la fase precontractual, pero que terminan integrando el contrato por voluntad del propio legislador<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Véase el art. 97.5 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y las Secciones 11(4), 11(5), 12, 36(3), 36(4), 37, 50(3) y (4) del *Consumer Rights Act 2015*.



Analizar el cumplimiento es imprescindible para concretar que sea el incumplimiento, porque no siempre la falta de información va a merecer el mismo calificativo. Habrá casos de incumplimiento absoluto, otros de incumplimiento parcial, otros de omisión, otros de suministro de información falsa. La calificación de las distintas modalidades constituye parte significativa del capítulo segundo.

El incumplimiento de los deberes precontractuales de información demanda, como no puede ser de otra forma, la reacción del ordenamiento, plasmada en el establecimiento de los remedios adecuados para garantizar los derechos individuales de los consumidores afectados. No todos los remedios son iguales, no cualquier remedio es idóneo. Por ello, la autora considera conveniente abordar en el capítulo segundo los aspectos generales de los mecanismos, cauces, remedios, soluciones, *means of redress*, previstos por los ordenamientos español e inglés frente al incumplimiento. Como ya se ha puesto de relieve, un sistema de exigencia de información, de imposición de deberes a los empresarios en este sentido, carece de fundamento, desde la perspectiva de la protección del consumidor, si las consecuencias son, exclusivamente, de naturaleza administrativa sancionadora. Y sin embargo, en muchas ocasiones solo la coerción de la amenaza de sanción disciplina el rector proceder, pues el remedio privado suele enfrentarse con cierta inocuidad por escapar a la panoplia de reacciones razonables del consumidor.

Se plantea la necesidad de que los legisladores, europeos y nacionales, prevean mecanismos concretos para la satisfacción del consumidor que ve incumplido los deberes precontractuales de información, lo que implica la importancia de analizar qué sistema se considera más adecuado a dicha finalidad.

Estas deficiencias han llevado a la autora a plantear otro problema íntimamente relacionado con la naturaleza de la solución que el ordenamiento prevé ante el incumplimiento del deber de información. No siempre será una responsabilidad contractual, habrá supuestos subsumibles en la extracontractual. Delimitar unos casos y otros constituye el punto final del capítulo segundo.

#### XIV

El objetivo del *capítulo tercero (Remedies for breach of information duties available to consumers in English and Spanish law)* y último, es el examen detallado de los remedios concretos previstos en los ordenamientos español e inglés frente al incumplimiento de los deberes precontractuales de información. La autora enriquece el trabajo incluyendo al final del capítulo una ilustración de manera gráfica de las normas aplicables, de las clasificaciones legales del incumplimiento y de los remedios disponibles en ambos sistemas analizados. El objetivo no es otro que resaltar o poner en evidencia las diferencias existentes en ambos ordenamientos y facilitar el conocimiento de las normas aplicables en cada uno de ellos.

Al aplicar el principio de especialidad se comienza con el análisis de los remedios previstos en las normas sobre consumo y sobre comercio electrónico, para proceder posteriormente a estudiar los concretados en las normas de

Derecho general, terminando por la discusión sobre la adecuación de estos últimos a los contratos de consumo electrónicos.

En este capítulo se presenta el examen detallado de los remedios que ofrecen el Derecho de contratos en cada uno de los ordenamientos (resolución por incumplimiento, cumplimiento forzoso, reclamación de daños y perjuicios, nulidad del contrato por vicios en el consentimiento, común en Derecho español e inglés).

El análisis de los remedios específicos previstos en las normas sobre Derecho de consumo y sobre comercio electrónico se ha abordado desde la perspectiva de dos incumplimientos fundamentales. El primero, aquel que afecta a la información relativa a las principales características del bien (producto) objeto del contrato. El segundo, aquel que toma en consideración los supuestos en los que no se facilita otros tipos de información adecuada (p. ej., sobre el empresario, sobre los pasos técnicos que han de llevarse a cabo para celebrar el contrato o sobre el contenido de las comunicaciones comerciales).

Un consumidor que no recibe la información relativa a las principales características del producto objeto del contrato en ambos ordenamientos estudiados tiene a su disposición las acciones procedentes del régimen de la falta de conformidad del contrato: derecho a la reparación del producto, su sustitución, la rebaja del precio y la resolución del contrato, organizados de manera jerárquica, con excepción del derecho a rescindir el contrato a corto plazo, propio del ordenamiento inglés.

En lo que se refiere a los remedios específicos por el incumplimiento de los deberes informativos, cabe subrayar el régimen relativo a las acciones privadas individuales disponibles a los consumidores en el Derecho inglés en los casos de las prácticas comerciales desleales, en particular a los perjudicados por las prácticas engañosas, introducido por *The Consumer Protection (Amendment) Regulations 2014*.

En el análisis de los remedios disponibles en el Derecho general, se ha dedicado un tratamiento especial a los supuestos de incumplimiento del deber por omisión de información y a aquellos que consisten en el suministro de la información falsa, porque especiales son las consecuencias previstas para diferentes casos; que, si bien presentes en ambos ordenamientos, caracterizan principalmente al Derecho inglés. Así, se ponen de relieve las notables diferencias existentes en ambos ordenamientos y que se relacionan, como ya hemos apuntado, con la aplicación del principio de buena fe contractual del Derecho español, inexistente en el Derecho inglés<sup>13</sup>.

El examen de la adecuación de los remedios que ofrece el Derecho privado general de los ordenamientos analizados a la contratación electrónica con consumidores ocupa un papel relevante en el contenido de este capítulo tercero, quizá porque la respuesta de los Tribunales, sobre todo en España, ante supuestos de incumplimiento de los deberes de información, se fundamenta más en el Derecho general que en el especial.

---

<sup>13</sup> Como ha quedado dicho, no está exenta de matices esta afirmación.

Se puede observar, basándose en el examen que realiza la autora, las deficiencias del sistema objeto del estudio. La doble naturaleza de los remedios a disposición del consumidor (de Derecho especial y de Derecho general); la falta de establecimiento de un sistema jerárquico, ordenado y coherente de remedios que tenga en cuenta el deber incumplido y que establece de forma coordinada el reproche; las deficiencias en el establecimiento de exclusiones de un remedio a favor de otro, de los generales sobre los especiales; entre otros, provoca un efecto contrario al inicialmente pretendido, generando dudas e incertidumbres en el consumidor que han sido puestas de relieve por cuanto redundan en una mayor inseguridad en su posición.

Se ha planteado, por ello, la adecuación del sistema general de remedios a los supuestos de incumplimiento del deber de información en los contratos de consumo electrónicos. Para la gran mayoría de los deberes informativos el legislador no establece remedios directos, como lo hace al nivel europeo, por ejemplo, en los supuestos de falta de información sobre la obligación de pago en supuestos de adquisición de productos que la conlleven, o en los casos en los que amplía el plazo de desistimiento porque el consumidor no ha sido informado debidamente sobre este derecho. Sin embargo, el Derecho general tampoco proporciona acciones individuales adaptadas a los contratos de consumo en el marco del comercio electrónico, siendo la situación final de una mayor desprotección respecto de otras modalidades de venta no presencial.

La falta de adecuación del Derecho general privado a la contratación *online* B2C se debe principalmente a que los contratos que concluyen los consumidores tienen una finalidad personal, son bienes y servicios de utilidad personal o incluso de ocio, de un valor relativamente escaso. En primer lugar, la aplicación del Derecho general se vincula con procedimientos judiciales, como sabemos costos y largos, lo que resulta en la reticencia generalizada de los consumidores de iniciar acciones ante los Tribunales. El segundo problema importante es la carga de la prueba y necesidad de demostrar el daño sufrido, lo que crea un obstáculo importante para los individuales. Por tanto, se procede a examinar el derecho de desistimiento, como un ejemplo de un remedio directo y de aplicación automática que ayuda a combatir la asimetría informativa en los contratos electrónicos de consumo.

## XV

En la última parte se detallan las principales veintidós conclusiones del trabajo. Tal y como hemos señalado al principio, el problema de los deberes de información y su incumplimiento en el comercio electrónico es una materia compleja, que necesita un análisis profundo debido a su potencial influencia, por un lado, sobre el mercado, en general; y, por otro, sobre el ejercicio de los derechos individuales de los consumidores, en particular.

El objetivo del estudio que se ha llevado a cabo es poner de relieve la importancia del deber de información precontractual en los contratos de consumo electrónico. No obstante, la imposición de deberes de información a los empresarios no debe ser el único mecanismo de defensa y protección de los

consumidores. Un sistema de obligaciones empresariales de información se convierte en inútil para el fin perseguido si no va acompañado de un adecuado sistema de remedios que garanticen su cumplimiento.

Es cierto que la aprobación de la Directiva sobre derechos de los consumidores de 2011 ha contribuido notablemente a mejorar el marco jurídico de la contratación a distancia, sin embargo, habrá que esperar a los pronunciamientos de los Tribunales para conocer, en la práctica, su efecto en los ordenamientos nacionales, pues si bien la incorporación de la norma europea al Derecho español e inglés es ya una realidad, no lo es menos, su difícil convivencia con los Derechos patrios y con las normas sectoriales vigentes en ambos ordenamientos y que afectan igualmente a los contratos de consumo electrónicos.

Las recientes disposiciones adoptadas [en transposición de la Directiva, caso de España; o por iniciativa propia, caso de Inglaterra y sus *Consumer Rights Act 2015* y *The Consumer Protection (Amendment) Regulations 2014*] siguen estableciendo un elenco desmesurado, desestructurado e injustificado de deberes informativos y siguen, lo cual es a todas luces poco justificable, sin consagrar un régimen general unificado de deberes informativos y de remedios directos frente a su incumplimiento.

Aunque se confirma que el establecimiento de disposiciones sobre deber de información y remedios frente al incumplimiento es necesario en el ámbito de la contratación digital, hay que insistir que la información clave que el consumidor tiene que recibir *online* a los efectos de manifestar su consentimiento informado debería ser claramente identificada. El resto de la información, aquella que no es transcendental para la conformación de su voluntad, bien podría ser suministrada por otro medio o soporte de carácter duradero que el consumidor pueda consultar cuando lo estime conveniente o necesario.

La sobrecarga informativa<sup>14</sup>, denunciada por el presente estudio, afecta de forma negativa a todos los sujetos que intervienen en el mercado de consumo electrónico. Es indudable que genera en el consumidor un efecto similar a la falta de información, incide sobre su consentimiento y provoca que el mismo no se adecue a lo realmente pretendido por él. Tampoco se puede negar sus efectos perjudiciales sobre los empresarios que se enfrentan a importantes costes derivados de la elaboración de las *webs* y del mantenimiento de las mismas, desde el punto de vista técnico y jurídico.

## XVI

Acabamos ya. No es fácil encontrar un trabajo como el que el lector tiene en este libro. Como apuntaba en páginas anteriores, no cualquier investigador es capaz de hacerlo o tiene los recursos necesarios para abordarlo. Es un buen libro.

---

<sup>14</sup> Recuerde el lector el viaje de ida y vuelta que hace años vimos en la información (prospectos) de medicinas y cómo su profusión generaba desinformación. Sobre la sobrecarga informativa hay dos trabajos de referencia de O. BEN-SHAHAR y C. E. SCHNEIDER, «The Failure of Mandated Disclosure», *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 159, 2011, pp. 647-749; y *More Than You Wanted to Know: The Failure of Mandated Disclosure*, Princeton, 2014.

Su origen remoto es la tesis doctoral (internacional), de magnífica dirección, que la autora defendió ante exiguo tribunal formado por tres expertos en la materia: el profesor Madrid Parra, catedrático de la Universidad Pablo de Olavide; el profesor Ghidini, ordinario de Diritto industriale en la Università degli Studi di Milano y director del Osservatorio di Proprietà Intellettuale, Concorrenza e Telecomunicazioni (LUISS Guido Carli di Roma); y el profesor Miranda, catedrático de Derecho mercantil de la Universidad de Córdoba. Su buen juicio bueno tuvo el mejor refrendo administrativo. Fue una buena tesis.

En Málaga, 3 de abril de 2019.

En este día todos (¿quién no?) recordamos al bueno (fue santo) de Ricardo de Chichester. Richard vino a este mundo en la edad media (siglo XII) de forma no propicia a la época, pues nació pobre, hijo y nieto de pobres, labriegos por cuenta ajena. Pero Richy era hombre de grandes virtudes y capacidades y fue acogido en la Iglesia que, desde ese momento se ocupó de su formación.

Estudió Artes en Oxford y en Bolonia hizo lo propio en Derecho. En Orleans ejerció la docencia y se ordenó sacerdote. Su buena fe, impropia de un inglés, le llevó a no gozar del favor del rey Enrique III de Winchester (un Plantagenet), que como precursor de la más pura tradición británica quiso nombrar para el Obispado de Chichester a un paniaguado suyo. El arzobispo de Canterbury lo nombró no obstante, y el rey le manifestó su desaprobación cerrándole las puertas de la ciudad, desterrándolo y obligándole a vivir de la mendicidad durante un año. Ricardo, que pensaba que la pobreza la había dejado en la cuna, aceptó no obstante su situación no sin rogar del papa Inocencio III su mediación, que se produjo en forma de amenaza de excomunión al rey.

No es Ricardo un santo dado a grandes milagros, pero sí hombre de virtud. Cuenta su biógrafo, Rodolfo Bockingus, que cuando un intendente de baile en la orden del obispo padecía de fuertes ataques de gota, y con ocasión de una crisis intensa que le imposibilitaba mover los pies, Ricardo le hizo llegar un par de zapatos que él mismo acostumbraba a llevar, al ponérselos el enfermo curó, quedando convencida la gente que el contacto de los pies del obispo Ricardo había curado al enfermo. Siendo obispo destacó por su austeridad, por entregar gran parte de sus rentas a los necesitados y porque predicó la cruzada contra el infiel. En estas estaba cuando le sobrevino la enfermedad y la muerte en una casa de asilo para pobres sacerdotes (nunca se sacudió la miseria del todo). Tenía la magnífica edad de cincuenta y cinco años y Dios lo recogió para los suyos un 3 de abril.

# INTRODUCTION

## 1. BACKGROUND

There has been a proliferation of information duties in the B2C electronic contracts in the law of the EU and its Member States. Electronic commerce plays nowadays a crucially important role in both professional and private activity of European consumers and businesses, as it has been emphasized by the European Commission on numerous occasions.<sup>1</sup> Although the possibility of forming a contract online revolutionised the B2C commerce and e-commerce is becoming one of the most popular ways of selling goods and services in the European internal market, it is still far from reaching its full potential, especially regarding the cross-border transactions,<sup>2</sup> as it has been observed:

Consumer expenditure accounts for 56% of EU GDP and is essential to meeting the Europe 2020 objective of smart, inclusive and sustainable growth. Stimulating this demand can play a major role in bringing the EU out of the crisis. To make this possible, the potential of the Single Market must be realised. Data show that consumers shopping online across the EU have up to 16 times more products from which to choose, but 60% of consumers do not yet use this retail channel. As a result of this reluctance, they do not fully benefit from the variety of choice and price differences available in the Single Market. Improving consumer confidence in cross-border shopping online by taking appropriate policy action could provide a major boost to economic growth in Europe. Empowered and confident consumers can drive forward the European economy.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> See, eg Commission, 'A coherent framework for building trust in the Digital Single Market for e-commerce and online services' (Communication) COM(2011) 942 final, 1.

<sup>2</sup> Commission, 'Digital Agenda Scoreboard 2013' (Staff Working Document) SWD(2013) 217 final, 18.

<sup>3</sup> Commission, 'A European Consumer Agenda - Boosting confidence and growth' (Communication) COM(2012) 225 final.